



LUND UNIVERSITY

Medier & fetma

En analys av vikt

Sandberg, Helena

2004

[Link to publication](#)

Citation for published version (APA):

Sandberg, H. (2004). *Medier & fetma: En analys av vikt*. [Doktorsavhandling (monografi), Medie- och kommunikationsvetenskap]. Department of Sociology, Lund University.

Total number of authors:

1

General rights

Unless other specific re-use rights are stated the following general rights apply:

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal

Read more about Creative commons licenses: <https://creativecommons.org/licenses/>

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

LUND UNIVERSITY

PO Box 117
221 00 Lund
+46 46-222 00 00

Medier & fetma

HELENA SANDBERG

Medier & fetma

EN ANALYS AV VIKT

LUND STUDIES IN MEDIA AND COMMUNICATION 8

Lund 2004

Helena Sandberg **Medier & fetma: En analys av vikt**

Sociologiska institutionen · Lunds universitet · Box 114 · 221 00 Lund
www.soc.lu.se repro@soc.lu.se

© Helena Sandberg 2004

Avdelningen för medie- och kommunikationsvetenskap · Lunds universitet

Omslag Helena Sandberg och Kjell E. Eriksson

Omslagsfoto Johan Albertén

Korrektur Margareta Tellenbach

Typografi och sättning Mats Heide

Satt med Minion och Meta

Tryck Sociologiska institutionen · Lunds universitet 2004

ISBN 91-7267-170-X

ISSN 1104-4330

Innehåll

Tabeller	9
Förord	11
Inledning	13
Övervikt – ett samhällsproblem	15
<i>Objektivitet kontra subjektivitet</i>	16
<i>Övervikt som social konstruktion</i>	17
Avhandlingens syfte och frågor	18
<i>Avgränsningar</i>	20
Perspektiv och utgångspunkter	22
Avhandlingens disposition	25
1 Konsumtion och kropp	27
Om konsumtion och att konsumera	28
Konsumtionssamhällets framväxt	30
Konsumtionsforskningen	32
<i>Cultural Studies</i>	32
<i>Konsumentkultur</i>	34
<i>Konsumtion blir en politisk fråga</i>	34
Vem är konsumtionsforskare?	35
Habitus och smak	36
Kroppen – tankens tunna skal	38
<i>Från bantningskurer till bröstimplantat</i>	39
Perspektiv på kroppen	40
<i>Kroppen som biologi</i>	41
<i>Kroppen som social konstruktion</i>	41
<i>Kroppen som projekt</i>	44
Kroppen i medierna	46
<i>Medierade ideal</i>	46
Sammanfattning	49

2 Risksamhället och medierna	51
Risksamhället	52
Vad är en risk?	54
<i>Två riskperspektiv</i>	55
Forskning om subjektiv hälsorisk	56
<i>Varför är det svårt att påverka människors riskuppfattningar?</i>	58
Mediernas roll i risksamhället	60
<i>Journalistikens uppdrag</i>	60
Dilemman i riskrapporteringen	62
<i>Det ekonomiska imperativet</i>	64
Mediernas dagordningsfunktion	65
Medielogik	68
<i>Medieverklighet</i>	69
<i>Bild kontra ord</i>	71
Förtroendet avgör riskkommunikationen	72
Från risk till frisk	74
Sammanfattning	75
3 Att analysera medietexter	77
Något om metod	77
Innehållsanalys	79
<i>Typologi över innehållsanalyser</i>	80
<i>Kvantitativ innehållsanalys</i>	82
<i>Kvalitativ innehållsanalys</i>	82
Val av tidningar	84
Val av tidsperiod	87
Materialets källor och slag	88
<i>Arkivens tillförlitlighet</i>	90
Bearbetning och kvantitativ analys	91
Bearbetning och kvalitativ analys	92
Om tolkning, resultatens trovärdighet och giltighet	94
4 Materialets profil	97
Rapporteringens omfattning	97
Övervikt i relation till andra hälsorisker	99
Artiklarnas omfång	103
Ursprung och typ	107
Rubrik och innehåll	109
Kön och ämnesval	112
Placering	114

Illustrationer	116
Överviktsämnets perspektiv	117
Rapporteringens aktörer och arenor	122
Karaktär på rapporteringen	126
Summering och reflektioner	129
5 Åsikter om övervikt	133
Tematiska ingångar och kapitlets disposition	134
Ledare kontra debattartiklar	135
Sjukdom, skönhetslyte eller något annat?	136
<i>En sjukdom som alla andra</i>	137
<i>Ett kosmetiskt lyte</i>	140
<i>Övervikt i kronor och ören</i>	143
Från alarmering till »avalarmering«	144
<i>Orosmoln i fjärran</i>	144
<i>Lugnande besked varvas med varningssignaler</i>	146
<i>»Fettbomben tickar«</i>	147
<i>Stormen bedarrar</i>	150
Vem alarmerar om övervikt och i vems intresse?	151
<i>Maktkamp på offentlighetens arena</i>	152
<i>Medicinare befäster sin auktoritet</i>	154
<i>Obegriplig och svårtillgänglig forskarjargong</i>	155
Vem äger hälsan?	157
<i>Hälsa en statligt reglerad rättighet?</i>	158
<i>Medborgare – skärpning!</i>	159
<i>Vem betalar?</i>	160
»Armar uppåt sträck«	162
<i>Skolan både syndabock och reformator</i>	163
Även biroller spelar roll	165
Summering och reflektioner	167
6 Föreställningar om övervikt och överviktiga i nyhetsmaterialet	171
Tematiska ingångar och kapitlets disposition	172
BMI – ett heligt mantra	173
Kan snälgener och virus förklara övervikt?	176
<i>Evolutionsmodell</i>	176
<i>Struktur- och individmodell</i>	178
<i>Sensationsmodeller</i>	180
Frossa gärna, men inte hur som helst	181
Vi och dom	184
<i>Den fete »andre«</i>	185

<i>Vem vill vinna loppet?</i>	187
<i>Så gör djur</i>	189
»Tjock – och frisk«	191
I väntan på mirakel	195
<i>Forskaren – detektiv och frälsare</i>	196
»Möss och människor«	198
»Celluliterna anfaller«	200
Teknikens under	201
Den enes bröd är den andres död	203
<i>Xenical – solen som gick i moln</i>	206
»Undermedel utvunnet ur skaldjur«	210
Kvinnlig och manlig övervikt	214
<i>Monster och freaks</i>	216
<i>Den fula ankungen blir svan</i>	219
Summering och reflektioner	228
7 Slutdiskussion – men inte slutdiskuterat	233
Metod, material och resultat	234
<i>Ett undervärderat samhällsproblem?</i>	235
<i>Ny journalistisk bedömning på väg?</i>	236
<i>Konstruktionen av övervikt i dagstidningarna</i>	237
<i>Rapportering full av motsägelser</i>	241
<i>Överviktiga stigmatiseras</i>	243
<i>Överviktens genusdimensioner</i>	244
<i>Underhållning och information</i>	246
<i>Aktörerna</i>	248
Dagstidningen i den samhälleliga hälsokommunikationen	253
<i>Hos vem ligger ansvaret?</i>	253
<i>Kommunikation som styrmedel</i>	254
Summary	259
Referenser	275
Källförteckning	287
Bilaga 1 – Kodschema	295

Tabeller

1	Publicerade artiklar per tidning och år (%)	98
2	Rapporteringen om hälsorisker 1997 och 2001 i Dagens Nyheter och Aftonbladet, artiklar i absoluta tal och andel av total (%)	100
3	Överviktiga svenska män och kvinnor i åldern 16–84 år (%)	101
4	Antalet döda efter kön och orsak år 1999	102
5	Rapporteringen om hälsorisker i Dagens Nyheter år 1999 (%)	106
6	Tidningarnas rapportering av övervikt som huvudsak respektive bisak 1997–2001 (%)	111
7	Perspektiv på övervikt i rapporteringen 1997–2001 (%)	119
8	Tidningarnas rangordning av perspektiven 1997–2001 (%)	120
9	Övervikt som huvudsak eller bisak inom respektive perspektiv (%)	121
10	Huvudsaklig aktör i respektive tidning 1997–2001 (%)	123
11	Rapporteringens karaktär (%)	128
12	Rapporteringens karaktär på årsbasis (%)	129

— |

— |

Förord

HÄLSA OCH OHÄLSA hör inte till de vanligaste ämnena som en medie- och kommunikationsforskare väljer att intressera sig för. Att denna avhandling skulle behandla en hälsorisk var dock ganska naturligt för mig. Mitt intresse för folkhälsoarbete och riskkommunikation har vuxit sig starkt under årens lopp mycket tack vare alla de forskningsprojekt som jag har haft förmånen att delta i under ledning av docent Gunilla Jarlbro och professor Lars Palm. Därtill kommer en personlig nyfikenhet och ett stort intresse för frågor kring och budskap om kropp, kost och hälsa, något som troligen bottnar i en barnomsdröm om att bli läkare. Istället för att ägna mig åt folks hälsa och ohälsa har jag valt att fördjupa mig i hur medierna gestaltar sådana ämnen. Detta är således en avhandling som skildrar och analyserar hur dagspressen representerar övervikt, eller om man så vill överviktsdiskursen i pressen.

Det är få förunnat att skriva en avhandling. Att få tillhöra de fåtaligas skara har varit mycket glädjerikt, men också arbetsamt. För glädjen att få ägna tid, tanke och arbete åt mina frågor och mitt stora intresse står jag dock i tacksamhetsskuld till många. Jag vill därför passa på att här rikta ett tack till alla de som på olika sätt har visat intresse för mitt arbete, stöttat mig under avhandlingsarbetets gång och bidragit till att jag idag kan sätta punkt för detta.

Ett första tack riktar jag till Forskningsrådsnämnden (FRN), från vilken jag 1999 fick ett planeringsbidrag. Det finansiella bidraget gav mig möjligheten att utarbeta en projektplan, som sedermera kom att utgöra grunden för mitt fortsatta avhandlingsarbete.

En person som har betytt mycket för mitt arbete och varit en ständig drivkraft är min handledare docent Gunilla Jarlbro, som under hela processen har visat en ousinlig entusiasm, och »eldat på« när så har behövts för att föra arbetet vidare. Gunilla, du är en utmärkt coach! Tack för god handledning, men också för att du lyckats avdramatisera skrivandet och få mig att inse att avhandlingen inte är slutet på en process utan snarare början på något nytt.

Jag vill också framföra ett varmt tack till professor Peter Dahlgren, som alltid så generöst tagit sig tid att lyssna på mina frågor och problem. Tack för alla de inspirerande diskussioner som vi haft och de goda råd du har delat med dig av under arbetets gång.

Tackas måste också professor Lars Palm som var den som under tidigt 1990-tal först väckte tanken om att söka till forskarutbildningen. Tack för det Lasse, och för alla »klokord« och goda skratt du har delat med dig av under åren samt värdefulla kommentarer på mitt manus i slutskedet.

I samband med slutseminariet gjorde mina doktorandkollegor Joachim Martinsson och Malin Nilsson en värdefull insats som opponenter på mitt arbete och för det vill jag särskilt tacka dem. De kom med många kloka synpunkter och förbättringsförslag. Tack också till nuvarande och före detta kollegor och vänner vid avdelningen för medie- och kommunikationsvetenskap i Lund, Växjö, Halmstad och Kalmar, som har bidragit till en stimulerande arbetsmiljö, men som också har bidragit till detta arbete genom intressanta diskussioner vid seminarier och kommit med insiktsfulla synpunkter på avhandlingsmanuset. Jag vill speciellt rikta ett varmt tack till min före detta rumskamrat Charlotte Simonsson, men också till Mats Heide och Jesper Falkheimer som jag har haft turen att få arbeta nära under flera år. Utan dem hade åren som doktorand varit betydligt svårare och framförallt tråkigare. Lotta, du har varit en klippa; en inspirerande kollega och nära vän som fått den sämsta arbetsdag att ändå kännas meningsfull och munter. Tusen tack för det och för att du har stått ut med alla mina frågor! Mats, tack för omtanke och ständig hjälpsamhet. Tack också för hjälp med att utforma avhandlingen. Jesper, tack för uppmuntran. Du sporrar mig och friskar upp varje diskussion. Tack också för noggrann genomläsning av mitt manus och de goda råden ni alla kom med. Min »granne« i korridoren, Ingrid Höjerback, ska också ha ett tack för hjälpen i slutskedet av arbetet. Det samma gäller Chris Mathieu som så välvilligt ställde upp och språkgranskade den engelska sammanfattningen. Tack för det Chris!

Utanför universitetet finns ett stort antal vänner, nära och kära som på olika sätt ställt upp och som framförallt lyckats skingra mina avhandlingsbekymmer och tvivel på att bli färdig. Till er alla, ingen nämnd och ingen glömd, ett varmt tack!

Slutligen vill jag framföra ett ödmjukt och innerligt tack till mina främsta »fans«: Magnus, Elin och Lovisa. Tack för att ni finns och ständigt påminner mig om vad som är viktigt i livet.

Lund i februari 2004

Helena Sandberg

Inledning

Vi har idag i Sverige cirka 2,5 miljoner överviktiga, det vill säga personer med ett BMI över 25, och vår fortsatta hälsoutveckling kan bäst beskrivas som en oljetanker utan kapten.¹

Övervikt är ett av vår tids största hälsoproblem, kanske till och med det största. Det finns de som menar att redan idag utgör övervikt globalt sett en viktigare orsak till sjukdom än undernäring och infektionssjukdomar (se t.ex. Sjöblom, 2000). Det talas om övervikt och fetma i termer av »farsot« och »grasserande epidemi« (t.ex. AB, 010910), något som sprider sig »som en präriebrand»² och drabbar människor i en förödande omfattning. Framtidsscenarioet beskrivs som alarmerande. Folk kommer att i en tidigare aldrig skådad omfattning insjukna i överviktens följsjukdomar.

Medierna har en viktig roll när det gäller att förmedla kunskap om övervikt till allmänheten. De mediala representationerna av övervikt har betydelse för allmänhetens uppfattningar om och ställningstaganden i denna hälsofråga. Det är därför angeläget att studera hur medierna representerar övervikt eftersom dessa representationer kan komma att påverka befolkningens hälsoutveckling och därmed även samhällets utveckling.

Det här är således en avhandling om medier och övervikt, närmare bestämt en avhandling om hur dagstidningar väljer att gestalta och rapportera om övervikt och överviktiga.

Medierna tillhandahåller mycket av grundmaterialet i människors kommunikations- och identitetsskapande processer; de formar och reproducerar också vår kultur. Medierna hjälper oss därigenom att förstå inte bara

1. Uttalande av Klas Sjöberg, läkare vid Universitetssjukhuset MAS, Malmö, vid presentationen av forskningsprogrammet *Foundations for the innovative communication of information about healthy food*, Lund, 2003-03-31.

2. Presentation av Hans Lithell, professor emeritus i geriatrik, Uppsala universitet, vid symposiet *Gör dagens livsmedel oss feta?* Lund, Swedish Nutrition Foundation (SNF), 2003-04-24.

oss själva utan också den alltmer kaotiska och komplexa värld vi lever i. En allt större del av vår vakna tid ägnar vi åt medier och allt fler av de aktiviteter som fyller våra liv, både professionella och privata, genomsyras av medietexter, mediebilder och kommunikationsteknik av olika slag. Denna utveckling brukar omtalas som en medialisering av tillvaron. Kort sagt, medierna är genom sin centrala roll i våra liv viktiga att undersöka och försöka förstå.

Hälsa (och ohälsa) är ett ämne med hög relevans för allmänheten, men också för forskningen. Hälsa som innehållskategori får dessutom allt större medialt utrymme, inte minst innehåll kopplat till kroppsvikt, kost och motion (Bishop, 2000; jfr Östberg, 2003). Det har blivit allt vanligare att dagstidningar har hälsospalter eller särskilda hälsobilagor. I veckopressen ägnas allt större del av innehållet åt kostråd, hälsokurer, motions- och skönhetsstips, läkarspalter etc. Vi ser också allt fler specialtidningar som inriktar sig på hälsa, livsstil och kroppsvård, till exempel *Må bra*, *I form*, *Hälsa*, *Tara*, *Steel*. I teve avlöser matprogrammen¹ varandra varvade med debatter om medicin, etik och hälsopolitik. På Internet kan man få medicinsk rådgivning och hjälp med att själv ställa diagnos samt fastställa behandling för diverse åkommor. Det finns en enorm mångfald av hälsoaktörer, medietexter och bilder; representationer av såväl hälsa som ohälsa i våra medier.

Undersökningar har visat att hälsa har högt uppmärksamhetsvärde och utgör ett innehåll som medieanvändaren har stor behållning av (Eide & Hernes, 1987; se även Hagström, 2002).² Hälsa är därmed också kommersiellt gångbart. Det är ett alltid aktuellt, angeläget och ofta omtvistat ämne i medierna. Hälsa berör nämligen det vi alltid bär med oss: kropp och själ. Hälsa kan, skriver Eide och Hernes, handla om svårigheter, men också köttets lust och livets sötma; det kan handla om glädje och sorg, inte bara om brister och misärer, utan också om extraordinära insatser, om kamp och stordåd.

Massmedierna har länge ansetts vara viktiga redskap i det hälsoförebyggande och hälsofrämjande arbetet. Medierna belyser olika hälsoproblem,

1. Det har dock visat sig att matlagningen i många av matprogrammen i SVT, SR och TV4 är inte så hälsosam som en del kanske tror. Friedl (2000) påpekar t.ex. att programmen inte uppfyller svenska näringsrekommendationer i fråga om energi och sammansättning av måltiden, bl.a. är andelen fett i maten för hög. I matprogrammen saknas dessutom ofta en koppling mellan kost och hälsa, menar Friedl.

2. SOM-institutets kontinuerliga mätningar av mänskliga värderingar, inspirerade av värderingsforskaren Milton Rokeach, visar att det grundläggande mönstret i svenska folkets (15–85 år) värderingar är stabilt. Hälsa är det värde som konstant skattas högst av 25 olika värden (se t.ex. Oscarsson, 2003).

stimulerar till diskussion och samtal samt skapar möjligheter för individen att reflektera över sin egen hälsa, livsstilsfrågor, hälsorisker etc. Massmedierna erbjuder sålunda en plattform för informationsspridning och kunskapsförmedling om hälsa (Brännström, Lindblad & Johansson, 1990; Brännström & Lindblad, 1993).

I denna avhandling har jag valt att särskilt fokusera på en hälsorisk som är uppmärksammas, debatterad och kontroversiell, nämligen *övervikt*. De två frågor som avhandlingen huvudsakligen kommer att kretsa kring är:

- Hur representeras övervikt i medierna? och
- Vilka konsekvenser kan denna representation få för allmänhetens uppfattningar om övervikt?

Övervikt – ett samhällsproblem

Även om vi i våra vardagliga samtal sällan försöker precisera vad termen samhällsproblem betyder, så vet vi alla när vi står inför ett (Loseke, 1999). Sverige och svenskarna brottas ständigt med samhällsproblem av olika slag allt från miljöförstöring till arbetslöshet och rasism. Vad som exakt ingår i dessa problemkomplex, vilka orsakerna bakom dem är och hur de ska lösas är vi många gånger oense om. Hur känner vi då igen ett samhällsproblem?

För det första, skriver Loseke, så innebär ett samhällsproblem att något är i grunden fel. Vi upplever situationen som allvarlig eller bekymmersam.

För det andra måste ett problem vara omfattande för att det ska betraktas som ett samhällsproblem; ett stort antal människors liv eller hälsa ska stå på spel. Samhällsproblem rymmer samtidigt en gnutta optimism i den meningen att vi tror att vi kan åtgärda dem, menar Loseke. Ett samhällsproblem är alltså ett problem som människan kan påverka. I vilken utsträckning och med vilken kraft det görs är en prioriteringsfråga.

Den sista punkten som Loseke behandlar är samhällsproblemens normativa laddning. Samhällsproblem är problem som inte kan ignoreras, utan vi anser att vi *bör* göra något åt dem. Vi accepterar inte hemlöshet, svält, brottslighet och så vidare. Samhällsproblem rymmer sålunda en värdering.

Övervikt kan utan tvekan göra anspråk på att benämnas samhällsproblem och utgör därmed också ett angeläget forskningsområde. Andelen överviktiga människor är redan idag stor och ökar kontinuerligt i samtliga västnationer (Askegaard, Jensen & Holt, 1999; European Commission, 1999). Även om Sverige tillhör ett av de EU-länder som har en jämförelsevis låg andel

överviktiga individer är de statistiska uppgifterna ingalunda uppmuntran-
de. Redan 1997 visade Socialstyrelsen i sin *Folkhälsorapport* att så många som
en tredjedel av alla vuxna svenska män och kvinnor är överviktiga (Social-
styrelsen, 1997). I den senaste rapporten från Socialstyrelsen konstateras det
att ökningen av andelen överviktiga har tilltagit under 1990-talet (Socialsty-
relsen, 2001). I en rapport om befolkningens levnadsvanor (Nationella folk-
hälsokommittén, 1999) uppges att tio procent av de vuxna svenskarna, ca en
halv miljon individer, bär på så pass stor övervikt att den kan förväntas
förkorta deras livslängd. Prognoserna för detta problem är mörka. Övervikt
orsakar inte bara ett stort personligt lidande i form av medicinska, psykolo-
giska (se t.ex. Nilsson, Niklasson & Lindgårde, 2000; SOU, 2000:91; SBU,
2002) och sociala (se t.ex. Sobal & Maurer, 1999b, 1999a) besvär och svårig-
heter utan medför dessutom stora kostnader för samhället (Folkhälsoinsti-
tutet, 1999b). Exakt hur stora dessa kostnader är tvistar man om, men det
rör sig om belopp på flera miljarder kronor.

Övervikt är ett mycket komplext fenomen med näringsmässiga
(Ekström, 1990; Folkhälsoinstitutet, 1999b), kulturella, historiska, ekono-
miska (Hirdman, 1983; Backman, 1999), psykologiska (Folkhälsoinstitutet,
1999a) genetiska och fysiologiska (Rössner, 1988; Folkhälsoinstitutet, 1999b;
SBU, 2002) aspekter att väga in. Övervikt är således intressant och relevant
att studera inom flera olika discipliner och ur flera olika perspektiv, vilket
också gör det till ett omtvistat ämne.

Objektivitet kontra subjektivitet

Samhällsproblem är inte lätta att avgränsa, förstå eller åtgärda. En försvå-
rande omständighet är deras dubbla karaktär; spänningen mellan deras
objektiva och subjektiva sidor. De objektiva aspekterna hos ett samhällspro-
blem är de verkliga, påtagliga, mätbara människor och förutsättningar som
existerar i den fysiska världen. De subjektiva aspekterna handlar om hur vi
upplever och förstår världen, människorna och problemen som uppstår
däri. Fakta ställs mot uppfattningar. Uppdelningen i en yttre verklighet och
en inre värld (vårt medvetande) är ett självklart och oproblemiskt arrang-
emang så länge det inte undersöks. Denna dualistiska ontologi leder dock
till många epistemologiska problem som gäckat vetenskapsmän och tänkare
genom århundraden (Gergen, 1999; Barlebo Wenneberg, 2001).

Det kan tyckas logiskt att studera samhällsproblem som objektiva villkor
för människor, men det räcker inte för att nå en ökad förståelse av dessa

problem. Samhällsproblem är problem som vi oroar oss för, och implicerar därmed subjektiva upplevelser och tolkningar. Sambandet mellan det objektiva, hur verkligheten ter sig, och det subjektiva, hur vi uppfattar verkligheten, är emellertid sällan enkelt och entydigt. Det finns nämligen inga nödvändiga samband mellan ett problems indikatorer, exempelvis antalet överviktiga, och den upplevda oron för ett givet problem, i detta fall övervikt. Lika väl som vi oroar oss för saker som *inte* är samhällsproblem (privatekonomin, bilens behov av reparation, jobbet osv.) står vi tämligen ofta oberörda och obekymrade inför problem som de facto existerar (t.ex. globala och sociala orättvisor, krig, miljöförstöring, ekonomisk brottslighet) (Jarlbro, 2000).¹ Frånvaron av tydliga samband mellan vad vi oroar oss för och vad som utgör en faktisk risk medför att vi måste lita på den expertis som talar om för oss vad vi har skäl att oroa oss för. Osökt väcks då frågor om vem som har makten att definiera problem och risker. Vem har tolkningsföreträde?

Vi upplever världen på olika sätt. Vem har då rätten framför andra att fastställa att något är fel, farligt eller oacceptabelt och på vilka grunder? Vems värderingar avgör vad och varför något måste åtgärdas?

Övervikt som social konstruktion

Ett sätt att beskriva övervikt är att ta hjälp av statistiska uppgifter, demografiska variabler och uppskattade kostnader för samhället. Många gånger är det dessa uppgifter som efterfrågas, framförallt av politiker och tjänstemän i beslutsfattande ställning. Övervikt är emellertid inte endast ett fysiskt objektivet mätbart fenomen – ett fysiologiskt tillstånd – utan också en *social konstruktion*. Föreställningar om övervikt, det vill säga hur vi människor uppfattar, förstår och tillskriver övervikt mening är något som framförhandlas av människor, i den egna tankeverksamheten, men också i samtal med andra människor i vår närhet. Kunskapen om den värld vi lever i är inte i förväg given, den konstrueras och omförhandlas hela tiden (se t.ex. Gergen, 1999). Individens kunskap uppstår eller skapas genom direkta erfarenheter eller indirekta erfarenheter förmedlade av andra. I denna process är språket det främsta mediet. Orden hjälper oss att organisera, kategorisera och förstå det som händer och finns omkring oss.

1. Jfr Mills diskussion om personliga bekymmer (privatsaker), vars formuleringar och åtgärder förläggs till individen, och allmänna problem, vilka kan hänföras till den samhälleliga strukturen (1985:14 f).

Våra personliga erfarenheter är ofta begränsade. Större delen av vår kunskapsmassa får vi istället på annat sätt. Castells (1998) går så långt som att hävda att merparten av de symboliska stimuli våra hjärnor arbetar med kommer från medierna. Medierna förser oss genom sitt massiva utbud av ord, bilder och ljud med representationer av människor och olika omständigheter. Representationerna utgör en mångdimensionell symbolisk sfär, en slags referenspunkt som vi kan förhålla oss till och ha som beslutsunderlag för vårt handlande.

Med utgångspunkt i att övervikt inte bara är ett objektiva faktum utan också en social konstruktion, blir det intressant och viktigt att försöka förstå upphovsmännen bakom en sådan konstruktion. Det är därmed motiverat att utsätta medierna för en kritisk undersökning om vi vill få kunskap om vilka representationer av övervikt de tillhandahåller.

Avhandlingens syfte och frågor

Föreliggande avhandling handlar således om medier och om övervikt. Avhandlingen är både ett exempel på en mediestudie och en studie av mediernas roll i den samhälleliga hälsokommunikationen.¹

Avhandlingens syfte är att beskriva, analysera och problematisera hur övervikt såväl kvantitativt som kvalitativt representeras i medierna. Det inkluderar inte bara att beskriva den journalistiska bevakningen av ett kontroversiellt hälsoproblem utan också att försöka fånga de föreställningar och normer kring övervikt som representeras och reproduceras i medieutbudet.

Ett sekundärt syfte är att diskutera representationernas konsekvenser för allmänhetens förståelse och uppfattningar om övervikt. Härigenom hoppas jag bidra till en ökad förståelse av övervikt som en medial och social konstruktion.

För att uppfylla avhandlingens syfte har jag genomfört innehållsanalyser av olika slags medietexter. En tänkbar invändning mot mitt val av metod, åtminstone ifråga om det sekundära syftet, är att innehållsanalysen inte kan generera någon säker kunskap om hur individer tolkar och förstår ett givet utbud. Det är sant, att jag inte med visshet kan säga något om hur allmänheten påverkas av mediebudskapen. Med god kunskap om ett givet medieinnehåll och dess olika dimensioner kan jag dock resonera kring de olika

1. En utförlig presentation och diskussion om hälsokommunikationsområdet ges i Kreps (2001).

tänkbara tolkningar som det kan ge upphov till. Att på detta sätt uttala sig om andras tolkningar med utgångspunkt i den egna tolkningen är inte omöjligt. Man kan till och med gå så långt som att säga att det är forskarens skyldighet att försöka generera allmängiltiga slutsatser (jfr Arvidson, 2000). Det har dessutom visat sig att många gånger har vi fler gemensamma än unika drag i våra enskilda tolkningar och uppfattningar.

Den empiriska studien har begränsats till att omfatta dagspress. Motiven för denna avgränsning är flera och jag redovisar dem nedan i avsnittet Avgränsningar.

De frågor som undersökningen ska besvara är som syftet antyder av både kvantitativ och kvalitativ karaktär. Den övergripande frågeställningen är: Hur representeras övervikt i dagspressen och vilka konsekvenser kan det få för allmänhetens uppfattningar om övervikt? Ovanstående frågor reser i sin tur ytterligare frågor:

- Hur ofta rapporterar dagspressen om övervikt?
- Hur stor andel av utrymmet får övervikt i dagspressen?
- Vem uttalar sig om vad och varifrån sker dessa uttalanden?
- Hur är tonen i dessa uttalanden?
- Vem får inte komma till tals i frågan?
- Vem anses bära skuld och vem anses gå fri från ansvar när det gäller övervikt?
- Vilka återkommande teman och narrativa strukturer finns i materialet?
- Vad kännetecknar pressmaterialets stil?
- Vilka metaforer används i rapporteringen och vad säger de oss om övervikt?

Min uppfattning är att avhandlingen har relevans för forskare, lärare och studenter i framförallt medie- och kommunikationsvetenskap, journalistik, etnologi och folkhälsovetenskap/medicin. Jag ser även en potentiell och intresserad läsekrets utanför akademien i form av journalister, men framför allt hälsokommunikatörer och andra verksamma på olika nivåer i det hälsofrämjande arbetet. Min förhoppning är att avhandlingen kan hjälpa dessa att reflektera över sina respektive roller och ansvar samt de utmaningar som de står inför i den pågående hälsokommunikationen i samhället.

Avgränsningar

Det finns flera konkurrerande representationer av övervikt som samexisterar i samhället. Skildringar av övervikt finns i alla genrer. Vi finner sålunda representationer av övervikt i såväl fiktionens, nyhetens som samhällsinformationens format. Registret är brett och täcker allt från seriös information till ren underhållning. Av det stora mediala smörgåsbord som dukas upp (veckopress, konsumentfackpress, radio, teve m.m.) har jag valt att hålla mig till en »rätt«. Avhandlingen är avgränsad till att studera *dagspressens* representationer av övervikt.

Ett första skäl till avgränsningen är resultaten från en omfattande europeisk undersökning (se t.ex. de Almeida, Graça, Lappalainen, Giachetti, Kafatos, Remaut de Winter & Kearney, 1997) om människors attityder och föreställningar om bland annat kost och hälsa. I undersökningen framkommer det att dagspressen är den informationskälla som flest svenskar (nästan 50 procent) använder för att få information om exempelvis sund kost. Vi vet sedan länge att det finns tydliga kopplingar mellan kostvanor och övervikt och inte sällan omtalas kost och övervikt tillsammans. Resultaten från undersökningen ovan bedömdes därför ha relevans för min avhandling. I undersökningen konstateras det intressant nog att dagspressen används som informationskälla i betydligt större utsträckning än andra medier, som till exempel teve, radio och reklam, men också i större utsträckning än släkt och vänner, hälsopraktiker samt myndigheter.

Studier har visat att medier har olika hälsoprofiler (se t.ex. Eide & Hernes, 1987). I teve uppmärksammas exempelvis funktionshinder och droger; i radio diskuteras äldreomsorgen. Veckopressen fokuserar på kvinnosjukdomar, sex, samlevnad samt kosmetiska problem. Dagspressen domineras dock av allmänna, inte specifika, hälsoområden (med viss betoning på hälsopolitik), vilket jag såg som ytterligare ett motiv för att uppmärksamma dagspressen.

Mediernas format skiljer sig åt och så gör även deras karaktär. Teve och särskilt populärpress är idag i första hand underhållnings- och förströelsemedier. I båda fallen dominerar bilden framför texten. Jag är dock framförallt intresserad av det senare. Radion är ett mellanting och har såväl en underhållnings- som en upplysningsfunktion. Dagspress är ett traditionellt nyhetsmedium och skiljer sig från populärpressen genom sin aktualitetssträvan. Dagspressen har en viktig informativ funktion i samhället och även

en central opinionsbildande roll. Den utgör sålunda ett betydelsefullt kommunikativt rum i ett demokratiskt samhälle.

Ytterligare skäl för min avgränsning är att dagspressen har, jämfört med till exempel populärpress, en bredare läsekrets och når betydligt fler samhällsmedborgare. Flera undersökningar¹ har visat att dagspressen har en mycket stark ställning hos sina läsare. Även om tidningar har lagts ned och upplagor har minskat är dagstidningsförsäljningen i Sverige en av de högsta i världen per capita (SOU, 1994:94). Nästan alla hushåll i Sverige har minst en prenumererad morgontidning och kvällspressen har en omfattande lösnummerförsåld upplaga (Nilsson & Severinsson, 2001). Dagspress är alltså, efter teve och radio, den dominerande mediekategorin. Sjuttiofyra procent av alla svenskar mellan nio och sjuttionio år tar del av en morgontidning en genomsnittlig dag, tjuugoåtta procent tar del av en kvällstidning (Nordicom-Sverige, 2003). I minuter omfattar morgontidningsläsningen dryga tjuugo minuter dagligen, medan kvällstidningen ägnas cirka tio minuter per dag, givetvis med stora variationer inom olika befolkningsgrupper. Teve och radio fungerar många gånger som ljudkuliss eller atmosfärskapare. Den tid som ägnas dagstidningen är däremot ofta koncentrerad och fokuserad. Dagstidningen konkurrerar därmed inte om individens uppmärksamhet på samma sätt som en del andra medier gör. Detta skulle i sin tur tala för att dagspressens budskap har en större möjlighet, jämfört med en del andra medier, att nå fram till mediekonsumenten. Dagstidningen är alltså genom sin viktiga informativa och opinionsbildande roll, stora spridning och koncentrerade användning ett betydelsefullt medium att studera. Både teve och populärpress, inte minst reklambudskap, har dessutom varit föremål för tidigare studier om kropp och kroppsideal (se t.ex. Bishop, 2000). Mig veterligen finns det ingen studie, vare sig nationell eller internationell, som behandlar representationer av övervikt i dagspress.

Utöver val av medium har studien avgränsats till att omfatta utbudet i fyra dagstidningar, *Dagens Nyheter*, *Helsingborgs Dagblad*, *Västerbottens-Kuriren* samt *Aftonbladet*, under en femårsperiod 1997–2001. Motiven för dessa val presenteras i kapitel 3.

1. Se t.ex. SOM-institutets årliga opinionsundersökningar samt rapporter och övriga publikationer inom forskarprogrammet Dagspresskollegiet, Institutionen för journalistik och masskommunikation, båda vid Göteborgs universitet.

Perspektiv och utgångspunkter

Det finns både fördelar och nackdelar med tydliga val av perspektiv och vetenskapsteoretiska ställningstaganden. Troligen underlättas en kritisk granskning och läsning av avhandlingen med en bestämd och explicit etikettering av densamma. En nackdel är dock att ett alltför distinkt ställningstagande snarare kan begränsa än frigöra forskaren i hans eller hennes tänkande. Det finns också en risk för att forskaren inte kan leva upp till de vetenskapsteoretiska ställningstaganden som faktiskt görs. Problem kan nämligen uppstå då den verklighet vi så gärna vill studera och förstå inte låter sig kategoriseras i distinkta fack. Verkligheten är sällan svart eller vit utan består också av stora gråzoner.

Det socialkonstruktionistiska perspektivet har de senaste tjugo åren attraherat många forskare. Ett skäl till perspektivets popularitet kan vara dess uppgörelse med vissa traditionella synsätt från 1800- och 1900-talen (positivism, rationalism m.fl.), ett vetenskapskrig som enkelt uttryckt handlar om huruvida samhällseliga företeelser finns i sig eller konstrueras socialt. Ytterligare ett skäl till perspektivets popularitet är dess egenskap av kritisk kraft i det att det direkta och uppenbara inte tas för givet. Perspektivet hjälper forskaren att »demaskera« och tränga bakom det »synliga bländverket« (Barlebo Wenneberg, 2001). Många har behandlat social konstruktionism eller bekant färg som socialkonstruktionister och gett sken av att veta vad det står för utan att så är fallet. En förklaring till det är att termen kan betyda så många olika saker och har sina rötter i flera teoretiska traditioner (se t.ex. Bertilsson, 1998; Järvinen, 1998). Det kan stå för ett generellt och kritiskt perspektiv, vara en sociologisk teori, en kunskapsteori eller en ontologisk ståndpunkt (Barlebo Wenneberg, 2001). Mellan dessa olika former sker ibland oklara pendlingar, vilket kan leda fram till slutsatser av typen all verklighet är en social konstruktion, mening är högst tillfällig och »anything goes«, vilket är omtvistade och på intet sätt självklara slutsatser.

Jag har tidigare beskrivit övervikt som en social konstruktion. Samtidigt har jag poängterat att övervikt har faktiska reella konsekvenser oavsett individens uppfattningar om övervikt. Verkligheten existerar alltså oberoende av våra tankar om den. För att vara något mer exakt placerar jag mig därmed vetenskapsteoretiskt någonstans mellan polerna social konstruktionism och logisk empiricism (positivism), i det vetenskapsteoretiska perspektiv som ibland kallas realism. Realismen kan, enligt Bruhn Jensen (2002), betraktas

som en brygga eller till och med en kandidat för att skapa konvergens mellan de två ytterligheterna social konstruktionism och logisk empiricism. Realisten kritiserar såväl positivismen som relativismen i dess extrema former. Anhängare av detta förhållningssätt förespråkar användandet av flera perspektiv på verkligheten samt utnyttjandet av flera olika metoder för att dokumentera och tolka olika aspekter i den medierade kommunikationen (för en utförlig diskussion av det realistiska perspektivet se t.ex. Djurfelt, 1996). Detta stämmer väl med mina egna utgångspunkter och denna studie.

Som framgått ovan är mitt primära syfte att beskriva, analysera och problematisera dagspressens representationer av övervikt. Detta syfte kan kopplas till ett socialkonstruktionistiskt perspektiv. Intentionen är att fånga hur övervikt konstrueras i dagspressen. Jag utgår då från att dessa mediala konstruktioner är av betydelse för individens uppfattning om övervikt, vilken förhandlas fram i den sociala interaktionen och kommunikationen med andra. Det sekundära syftet som innebär att jag vill kunna uttala mig om representationernas konsekvenser eller, om man så vill, effekter, har snarare en kritisk normativ förankring. Jag utgår här ifrån att utbudet kan påverka individen och därigenom det omgivande samhället, men också ifrån att journalisterna har ett ansvar och en viktig funktion att fylla när det gäller att förse medborgarna med relevant information för deras hälsa. Inom det sekundära syftet ryms därmed en ambition att verka för en bättre journalistik, och i viss mån ett bättre samhälle. De två syftena utgår som synes från något olika förhållningssätt, de väcker olika frågor och innebär också olika perspektiv på kommunikation.

Hur ser då jag på kommunikation? Jag definierar min avhandling inte bara som en mediastudie utan också som en hälsokommunikationsstudie. Hälsokommunikation är ett ungt akademiskt fält på stark framväxt (Lupton, 1995). Kritik har dock riktats mot fältet på grund av bristen på bärande och enhetlig teoretisk grund, vilket i och för sig inte är ovanligt för tvärvetenskapliga forskningsfält, och en allt för ateoretisk (tillämpad) hållning i många studier (Eriksson, 1994; Lupton, 1995; Kreps, 2001). Även om flera författare på området lägger stor vikt vid teorier (se t.ex. Backer, Rogers & Sopory, 1992; Maibach & Parrott, 1995; Jarlbro, 1999a) kritiseras hälsokommunikationsforskare för ensidiga och omoderna utgångspunkter och en för enkel syn på kommunikation. Fältet har länge dominerats av modeller hämtade från den amerikanska masskommunikationsforskningen från 1950- och 60-talen samt den socialpsykologiska attityd- och beteendeforskning som denna byggde på

(Lupton, 1995). Hälsokommunikationsforskningen har således utgått från en transmissionssyn¹ på kommunikation, ett perspektiv som jag och många med mig anser för begränsat. Avhandlingen kan därför i viss mån betraktas som ett bidrag till en mer nyanserad syn på kommunikation inom detta forskningsfält.

På senare år har många forskare inom flera discipliner tagit intryck av de strömningar som den så kallade kulturella vändningen fört med sig och som inneburit att kommunikationens kulturella betydelse hamnat i fokus. Enligt detta synsätt, som i litteraturen går under benämningen det rituella eller kulturella (utvecklat av Carey, 1989: 18; tillämpat av t.ex. Heide, 2002; Simonsson, 2002), är kommunikation själva förutsättningen för att en kultur ska uppstå och bestå. Synen på kommunikation är innebördscentrerad och kommunikationen anses ha en konstituerande roll. Verkligheten konstrueras i ömsesidiga kommunikationsprocesser där människor tillsammans skapar mening. Tolkning och mening är alltså centrala begrepp för det kulturella perspektivet på kommunikation och de har breddat vägen för nya teoretiska ansatser och perspektiv inom medie- och kommunikationsforskningen (Dahlgren, 1998). Det kulturella perspektivet på kommunikation fokuserar människors subjektiva verkligheter och ligger i linje med ett socialkonstruktivistiskt perspektiv. Transmissionssynen på kommunikation fokuserar snarare verklighetens objektiva sidor och ligger å sin sida närmare ett positivistiskt perspektiv.

På liknande sätt som realisten förespråkar användandet av olika perspektiv och metoder för att förstå verkligheten, menar jag att både det traditionella transmissionssynsättet och det kulturella perspektivet har sina begränsningar och problem, men också sin självklara plats i medie- och kommunikationsforskningen och så även i denna avhandling. Det framgår också av mina två avhandlingssyften. Värdet av transmissionsperspektivet, även kallat informationsperspektivet (Dahlgren, 1998), ligger i dess förmåga att generera frågor om kommunikationens och mediernas effekter. Perspektivet intresserar sig för sändarens intentioner och budskapets karaktär och väcker frågor om manifesta, explicita och mätbara egenskaper hos medieut-

1. Enligt transmissionssynen handlar kommunikation huvudsakligen om att transportera eller överföra budskap med bestämda betydelser från en sändare till en mottagare. Kommunikation betraktas som ett verktyg för att kontrollera och påverka människor. Tonvikten läggs på val av kanaler och effektiv spridning av information. Hur informationen tas emot och tolkas ägnas mindre uppmärksamhet (se t.ex. Carey, 1989; Fiske, 1990).

budet. Frågor av typen: Hur ofta förekommer ämnet övervikt i utbudet? Hur stort utrymme får övervikt i relation till andra hälsorisker? Hur ser rubrikerna om övervikt ut? Vilka fakta ges? Vad perspektivet dock ignorerar är de vidare diskursiva kontexter och dimensioner hos texten (koder, återkommande mönster och genrer) som kan ha betydelse för hur budskapet tolkas och tillskrivs mening. För att vi ska förstå hur medieutbud ges mening och verkar bör informationsperspektivet kompletteras av ett kulturellt perspektiv på kommunikation. Det tar hänsyn inte bara till vad som sägs om övervikt utan också hur det som sägs förmedlas – medielogiken, retoriken samt publikens tolkande praktiker.

Framväxten av det kulturella kommunikationsperspektivet innebär alltså inte att transmissionsperspektivet är helt utspelat. Att ta ställning för det ena och mot det andra låter sig inte göras. Ett avståndstagande till transmissionssynsättet kan inte heller likställas med att transmission upphör i kommunikationsprocessen eller blir mindre viktigt. Transmission är trots allt en förutsättning och en integrerad del i alla kommunikationsprocesser. Transmission är en nödvändig, men inte tillräcklig förutsättning för meningsskapande. Transmission ingår således alltid i ett kulturellt perspektiv på kommunikation, men meningsskapande ingår inte i transmissionssynsättet.

Att tala om kommunikationens effekter och påverkan med förespråkare av ett kulturellt perspektiv är nästan som att svära i kyrkan. Min uppfattning är dock att all form av kommunikation innebär någon form av påverkan, såväl avsiktlig som oavsiktlig. Det kulturella perspektivet har dock lärt oss att kommunikationens effekter är långt ifrån så enkla, direkta, omedelbara och linjära som transmissionsperspektivet antyder. Perspektiven är inte oförenliga, utan det finns en produktiv spänning mellan dem (jfr Dahlgren, 1998). De har olika analytiska ingångar och olika emfas och intressen i kommunikationsprocessen. Detta talar för nyttan av att försöka kombinera de två i varje forskningsansats.

Avhandlingens disposition

I det första kapitlet *Konsumtion och kropp*, skisseras avhandlingens teoretiska inramning. Här behandlas också två för avhandlingen centrala forskningsfält – konsumtion och kropp. Jag diskuterar bland annat konsumtion och konsumism, Bourdieus teori om habitus och smak, kroppen som biologi och social konstruktion, kroppen som samhälleligt och individuellt

problem, kroppen som projekt samt mediernas roll i att förmedla budskap om konsumtion och kroppsideal.

I kapitel 2, *Risksamhället och medierna*, presenteras konsumtionssamhället i risksamhällets förklädning. Jag resonerar här kring olika teoretiska perspektiv på risker och presenterar forskning om övervikt som subjektiv hälsorisk. Jag försöker också besvara frågan varför det är så svårt att påverka människors riskuppfattningar. Mediernas väsentliga roll när det gäller att definiera och synliggöra risker för allmänheten behandlas också i detta kapitel. I samband härmed diskuteras bland annat journalistikens uppdrag och ansvar, dilemman i riskrapporteringen och mediernas dagordningsfunktion. Jag introducerar också begreppet medielogik och resonerar kring dess konsekvenser.

Det tredje kapitlet, *Att analysera medietexter*, är ett metodkapitel och här presenteras således de metodologiska överväganden som jag gjort i samband med undersökningen. Jag besvarar här frågor om valet av metod, urvalsstrategi, analysenhet, tillvägagångssätt och bearbetning av insamlat material samt analys och tolkning av empiri.

De tre följande kapitlen baserar sig på avhandlingens empiriska material. I kapitel fyra, *Materialets profil*, redovisar jag resultaten av den kvantitativa innehållsanalysen. Här får vi svar på frågor som: hur omfattande är rapporteringen om övervikt, vilka perspektiv och aktörer dominerar rapporteringen samt vad kännetecknar denna? Det andra empirikapitlet, kapitel 5, *Åsikter om övervikt*, bygger på en kvalitativ analys av allt opinionsbildande material under den femårsperiod som studerats. Här diskuterar jag bland annat frågor som: hur definieras övervikt i texterna, vem »äger« hälsan, vem bär ansvar och vem befrias från ansvar när det gäller övervikt, vem alarmerar om övervikt och vad kännetecknar denna rapportering? I det sjätte kapitlet *Föreställningar om övervikt och överviktiga i nyhetsmaterialet*, presenterar jag analysen av det allmänna nyhetsmaterialet utifrån teman som Vetenskapliga definitioner, Matens roll och betydelse, Teknikens löften och ställning, Ekonomiska intressen och Könens betydelse. Här diskuteras också den rikliga metaforiken i rapporteringen samt framgångshistorien som genre.

I avhandlingens sista kapitel, *Slutdiskussion – men inte slutdiskuterat*, summerar och diskuterar jag undersökningens mest centrala resultat och slutsatser. Jag återkommer här till mina forskningsfrågor och delger också läsaren de reflektioner som arbetet gett upphov till samt väcker frågor inför framtiden.

Konsumtion och kropp

I FOKUS FÖR denna avhandling står ett givet medieutbud – dagspressens representationer av övervikt – och dess tänkbara utfall. För att tolka, försöka förstå utbudet och uttala mig om utbudets potentiella konsekvenser krävs en teoretisk verktygslåda – någon form av »intellektuell« inramning. Utbudet måste förstås i ljuset av en viss samhällskontext och de institutionella villkor som påverkar dess iscensättning. Därmed kommer i viss mån hela kommunikationsprocessen att diskuteras inom ramen för avhandlingen: sändaren (ursprunget), budskapet (utbudet) samt dess verkan på mottagaren (utfallet). Det centrala är dock utbudet. Det ramverk som jag kommer att skissera i detta och det följande kapitlet är också att betrakta som innehållsanalysens kontext och tolkningsram.

De teoretiska begrepp och resonemang som jag kommer att föra samman är i huvudsak hämtade från fyra separata forskningsområden: *konsumtion*, *kropp*, *risker* samt *medier och journalistik*. Varje område är i sig omfattande och jag gör inte anspråk på att inom ramen för avhandlingen behandla samtliga områden uttömmande. De fyra områdena är dels autonoma forskningsfält, dels direkt kopplade till varandra enligt följande enkla tankemodell: Medieinnehållet präglas av medielogiken (se vidare kap. 2). Mediernas innehåll har betydelse dels för individens konsumtion och kroppsuppfattning, dels för individens riskupplevelse. Detta kan i sin tur ha inverkan på individens handlingar och riskundvikande, och därmed eventuell övervikt.

I detta kapitel kommer jag att diskutera konsumtion och kropp. Frågor som här kommer att behandlas är: Vad menar vi med konsumtion, konsumtionssamhället och konsumism? Vad och varför konsumerar vi? Vad bestämmer konsumtionen?

Kroppen kan sägas vara konsumtionens anslagstavla. Hur vi ser ut, vilken hållning, kroppsvikt och frisyra vi har säger något om oss. Kroppen och uppfattningar därom är därför centralt för vår förståelse av inte bara iden-

titets- och konsumtionsprocesser utan också övervikt. Det ökade intresset för kroppen och hur det tar sig uttryck på olika nivåer i samhället diskuteras. Jag försöker också besvara frågor som: Hur kan vi förstå kroppen som en biologisk mekanism, en social konstruktion och ett projekt? Och vilken betydelse har medierna i upplevelsen av och i förlängningen produktionen av våra kroppar?

I kapitlet kommer olika slags konsumtion att beröras. Inledningsvis resonerar jag om konsumtion i vid bemärkelse. I den inkluderar jag både materiella produkter och immateriella tjänster. Den rymmer både vardagskonsumtion och lyxkonsumtion. I den därpå följande diskussionen om kroppen och de kroppsprojekt vi ger oss hän åt är självklart livsmedelskonsumtionen central. Kroppen byggs upp av kostens olika näringsmässiga beståndsdelar. Jag vill dock påstå att nästan lika viktig är vår mediekonsumtion. Det är genom medierna vi orienterar oss och försöker förstå den värld vi lever i. Genom medierna blir vi konsument. Vi tilltalas som konsument. Vi förses med en aldrig sinande ström av medierade erfarenheter som på olika sätt påverkar såväl vår konsumtion som våra identitets- och kroppsbyggen (jfr Thompson, 1995: 207 ff).

Om konsumtion och att konsumera

Konsumtion är en term som alltmer uppmärksammas de senaste tjugo åren. Längre har konsumtion haft en negativ klang och likställts med att förbruka och förtära. Dess betydelse varierar beroende på vilken teoretisk inramning som väljs. Exempelvis tillskriver ekonomer och sociologer termen vitt skilda betydelser (Bocock, 1993).

I Karl Marx teorier om den industriella kapitalismen betraktades konsumtion huvudsakligen som en ekonomisk transaktion, en aktivitet kopplad till utbud, efterfrågan, produktion, intäkter och räntor. Konsumenten antogs konsumera det han eller hon behövde, för att överleva, få något gjort eller komma vidare i livet. Det är dock inte människors konsumtionsbehov som styr själva produktionen, utan det är produktionen som ger konsumtionen dess karaktär, menar Marx. Även om Marx uppmärksammar konsumtionsprocessen, så är produktionen det centrala i Marx ekonomiska teorier. Det är produktionen som är utgångspunkten, konsumtionen slutpunkten och varudistribution och utbyte mellanliggande processer (Corrigan, 1997; Mackay, 1997; Bjurström, Fornäs & Ganetz, 2000).

Denna syn på konsumtion står i bjärt kontrast till dagens sociologiska och socialantropologiska konsumtionsforskare (se t.ex. Bocoock, 1993; Lury, 1996; Corrigan, 1997; Dant, 1999). Istället för att betrakta konsumtion som en ekonomisk transaktion, ett införskaffande av varor på en marknad, ser dessa forskare konsumtion som en social handling. Konsumtion kan med ett sådant perspektiv betraktas som semiotiskt laddad – en symbolproducerande praktik. Vad vi konsumerar säger något om oss. Det finns även de som menar att vi är det vi konsumerar. Identitet och konsumtion blir med ett sådant synsätt en och samma sak.

En armada av författare vittnar om konsumtionens starka koppling till kultur. »Consumption is always and everywhere a cultural process«, skriver till exempel Slater (1997: 8). I Douglas och Isherwoods (1980) numera klassiska verk inom konsumtionsforskningen, *The World of Goods: Towards an Anthropology of Consumption*, beskrivs konsumtion som en arena på vilken olika val kommer till uttryck, kulturstrider utkämpas, kultur inmundigas och kultur skapas.

Senare års konsumtionsanalyser tycks alltså helt ha övergett den ensidiga ekonomiska synen på konsumtion och tillskrivit konsumtionen en alltmer positiv innebörd. Konsumtion betraktas i stor utsträckning som en mer omfattande och aktiv process, inte bara för att tillfredsställa omedelbara och basala behov, utan många gånger också associerad till någon form av njutning. Bjurström med flera (2000: 18) påpekar att: »Konsumtion är processen genom vilken människor införskaffar och använder ting eller tjänster och varan är dess objekt.« Konsumtionsbegreppet har, som citatet ovan visar, en inneboende dubbelhet. Det rymmer såväl inköp som bruk. Campbell (1995: 102) ger en något utvidgad definition av konsumtion i det att han inkluderar även val- och beslutsprocesser innan köp samt underhåll, reparationer och avfallshantering efteråt. Konsumtionsprocessen är utsträckt i både tid och rum; en process som kan involvera drömmar, kommunikation, motstånd, sociala relationer, produktion och reproduktion, identitets- och meningsskapande med mera. Det gör den därmed så mycket mer komplex än den tidiga ekonomiska konsumtionsforskningen lyckats visa. I rättvisans namn bör påpekas att konsumtionen har förändrats över tiden. Den konsumtion som sker i dag är ljusår ifrån den Marx var bekant med.

Konsumtionssamhällets framväxt

Många samhällsteoretiker tycks vara ense om att konsumtion är ett av modernitetens mest utmärkande drag (se t.ex. Slater, 1997; Miles, 1998; Dant, 1999; Bjurström, m.fl., 2000). Konsumtion har ägt rum i alla mänskliga kulturer under en mycket lång tid, men det var först under 1900-talet som det uppstod en masskonsumtion att tala om, och det så kallade konsumtionssamhället tog form. Exakt när konsumtionsboomen började spira och var så skedde råder det olika uppfattningar om (se t.ex. Bocoock, 1993; Corrigan, 1997; Miles, 1998). I princip kan det ha skett när som helst mellan 1500-talet och 1980, någonstans i västvärlden. England brukar dock vara det land som i litteraturen oftast omnämns som konsumtionens vagg. En viktig faktor för konsumtionsrevolutionen var den befolkningstillväxt som skedde i flera länder i Europa under slutet av 1800-talet. Den ledde till ökad efterfrågan på olika konsumtionsvaror, vilket i sin tur förändrade utbudet på den marknad som växte i industrialiseringens kölvatten (Miles, 1998).

Här finner vi alltså början på det samhälle och den konsumtion som Frankfurtskolans anhängare gav prefixet mass-. Möjligheten att konsumera öppnar sig för de breda folklagren och inte bara för eliten i samhället, vilket var brukligt under tidigare århundraden. Avgörande var arbetarklassens ökade köpkraft. Av betydelse var också framväxten av en »bourgeoisie«, en medelklass, som i sin konsumtion eftersträvade distinktion och statusmärkörer. Åren efter andra världskriget, då Europa återuppbyggdes, kommer en ny konsumtionsboom understödd av moderna massproduktionssystem à la Ford med standardiserade, lättillverkade varor till en minimal kostnad. Lyxvaror förvandlades till vardagskonsumtion tillgänglig för massan, och konsumtion kom att bli en allt viktigare del av människors vardagsliv. Ett viktigt steg i »demokratiseringen av lyxen« var de första varuhusen som dök upp redan under mitten av 1800-talet, med fasta priser och stort utbud av varor. Där kunde vem som helst oavsett social klass fritt flanera och beskåda härligheterna, utan något som helst köptvång (Corrigan, 1997; jfr Bjurström, m.fl., 2000; se även Becker, Bjurström, Fornäs & Ganetz, 2001 för exempel på en svensk studie av hur medier och kultur används och skapas i ett köpcentrum).

Vissa har ansett denna »demokratisering«, märkbar först på 1950-talet, som befriande för arbetarklassen. Genom sin konsumtion kom den att

inkluderas i det samhälle den så länge uteslutits ifrån. Andra menar att konsumenterna gjorde avkall på sin individualitet i det att de inrättade sig i konsumtionsleden av standardiserade massprodukter. Oavsett vilket fick konsumismen, det nya konsumtionsinriktade sättet att leva, även kallad 1900-talets religion, allt större genomslag i samhället (för en begreppsutredning av konsumtion och konsumism se Miles, 1998: 3 ff). Människorna erbjöds inte längre enbart det som de behövde, utan också vad de åträdde, och deras önskningar omvandlades till behov. Varors funktion kom att spela en allt mindre roll. Varans design, dess förmåga att särskilja, markera smakmässiga distinktioner, i förlängningen social makt (jfr nedan Bourdieus teorier om habitus och smak), blev istället allt viktigare. Detta var något som den tyske sociologen George Simmel och den norsk-amerikanske Thorstein Veblen, två förgrundsfigurer inom konsumtionsforskningen, kommit till insikt om redan vid föregående sekelskifte, då de studerade de moderna urbana Berlinbornas konsumtion respektive de så kallade »nouveaux riches« i USA (se t.ex. Corrigan, 1997; Bjurström, m.fl., 2000).

Att individen genom konsumtion ger uttryck för sin *identitet* tycks idag vara en vedertagen uppfattning. Denna uppfattning grundar sig inte minst i den »postmoderna« diskursen om instabila identiteter – identitetens reflexiva projekt – där konsumtionen blir en sorts produktion av jaget (Shilling, 1993). Vi ser ett ökat intresse för jaget, »cult of the self« (Slater, 1997: 91), och ett ständigt socialt experimenterande och omprövande av bruk och identitet i ljuset av det kontinuerliga informations-, kommunikations- och varuflödet (Beck, 1992:98 f; Giddens, 1996: 42 f). Den tidiga homogena konsumentmassan har omvandlats, först till bredare kundsegment och målgrupper för att idag utgöras av smala, nischade (heterogena) kundgrupper med mycket specifika preferenser. Termer som »image« och »style«, »image-management« och »impression-management« har samtidigt vandrat från fackmännens vokabulär till snart var mans mun. Genom konsumtionen väljer vi vem vi vill vara, vilket också har fört med sig att vi anses personligen ansvariga för varje aspekt hos jaget: utseende, uppförande och hälsa (Slater, 1997). Denna konsumtionsforskning bygger till stor del på ett välståndsperspektiv. Frågor om nöd tas sällan upp. Vi glömmer därför lätt bort att alla inte har tillräckligt med resurser för att följa med i konsumtionstrenden, och vi ställer därför inte heller frågor om vad konsumismen får för konsekvenser för dem som inte har råd att rida på konsumtionsvägen.

Konsumtionsforskningen

Konsumtion som forskningsintresse och forskningsfält hade länge fört en tynande tillvaro för att formligen explodera under 1980-talet. En anledning till att det inte funnits något stort intresse för forskning om konsumtion innan dess, vare sig på den nationella eller internationella arenan, kan förklaras med att det inte ansetts statusfyllt. Konsumtionens sfär har förknippats med den privata sfären tillhörande kvinnan, till skillnad mot produktionsledet som tillhört den offentliga manliga sfären, och som också ansetts betydligt mer statusfylld att studera. Mycket forskning har därför ensidigt belyst produktionsleden och lämnat konsumtionsleden därhän. Den forskning som inte desto mindre har intresserat sig för konsumentledet, till exempel den tidiga psykologiska forskningen bedriven av Lazarsfeld och hans kollegor under 1920-talet, eller marknadsföringsforskningen från 1950-talet, har gjort det i producenternas intresse för att mer effektivt kunna lansera varor (Belk, 1995). Generellt har synen på konsumenten, inte minst i svensk konsumentforskning kritiserats för att vara allt för enkel, då den tagit sin utgångspunkt i »the economic man«, en rationell varelse som fattar beslut baserade på att maximera egennytta – en bild som stämmer illa med dagens konsumenter (Bjurström, m.fl., 2000).

Idag tycks det vara mer prestigefyllt att intressera sig för konsumtion, och vi kan se hur nya forskarnätverk bildas och forskningsintressen går ihop, till exempel Centrum för konsumentvetenskap (CFK) placerat vid Gothenburg Research Institute (GRI), Handelshögskolan vid Göteborgs universitet, och Flervetenskapligt nätverk för konsumentnära livsmedelsforskning vid Lunds universitet och Sveriges lantbruksuniversitet. Vad är då anledningen till att konsumtionsforskningen tog sådan fart för cirka tjugo år sedan? Jag ser tre viktiga faktorer härtill, möjligen finns det fler än så. De tre faktorerna är relaterade till varandra och inte så distinkta som presentationen kan antyda. De tre faktorerna är:

- Framväxten av »Cultural Studies«
- En ny utvecklingsfas i konsumtionshistorien
- Konsumtion blir en politisk fråga

Cultural Studies

Omkring 1980 hamnar konsumtion på forskarnas agenda. Framför allt är konsumtion något som uppmärksammas av sociologer och ett nytt forskar-

kollektiv inom det tvärvetenskapliga fält som kallas kulturstudier, »Cultural Studies«. Cultural Studies anses av många svårt att definiera. Somliga betraktar det som ett ämne medan andra presenterar det som ett perspektiv.

Some strive to make it a discipline of it's own, but it might preferably be understood as an analytical perspective that may be put into work in all disciplines and thus as a specific interdisciplinary linkage between different traditions of cultural research. (Fornäs, 2001: 15)

Fältet har sina rötter i 1960-talets Storbritannien. Det utvecklades vid Birminghams Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS), där även termen Cultural Studies myntades. Fältet har sina ideologiska rötter i den kritiska teoritraditionen och har sedan 1960-talet spritt sig globalt inom den akademiska sfären, med många utvecklingsgrenar och nationella varianter (jfr Fornäs, 2001). Tre processer är vägledande för forskningen: kultur (mening), kommunikation (interaktion) samt kritik (makt). Dessa tre utgör både väsentliga forskningsområden och forskningsperspektiv. Metodologiskt använder forskarna sig mest av kvalitativa, etnografiska och humanistiska ansatser inom dagens Cultural Studies-forskning.

Cultural Studies kom att visa ett speciellt intresse för vanligt folk och deras vardagskulturer, särskilt subkulturer. Inriktningen formerade en kritik av konsumismen. Den gick ut på att massans kultur, den så kallade populärkulturen, inte var en, utan bestod av en mängd olika mikrokulturer. Dessa sågs snarare som en protest mot den traditionella elitkulturen och det samhälle den representerade, än ett tecken på foglighet. Forskningen inom detta fält har inriktat sig på arbetarklass, särskilt ungdomar och olika kulturella uttrycksformer som stil, mode, musik, sport och fiktion. Genus och etnicitet utgör också viktiga perspektiv. Kommunikationsprocesser och olika former av medierat innehåll, till exempel tvåloperor, reklam och modern informationsteknik har också kommit att utgöra relevanta områden att studera, då konsumtionsprocessen är att betrakta som en kommunikationsprocess. Cultural Studies-forskarnas huvudsakliga budskap ifråga om konsumtion var att:

... the ordinary »consumer« was not a passive and easily manipulated creature, but an active, critical and creative person; someone who adapted and moulded material aquired through the mass media to their own ends by means of a diverse range of everyday, creative and symbolic practices. (Campbell, 1995: 98)

Man tog därmed avstånd från marknadsförarnas, socialpsykologernas och psykologernas konsumentforskning, men också den traditionella masskommunikationsforskningen med sin enkla transmissionssyn på kommunikation och individen som en passiv mottagare av budskap.

Konsumentkultur

Under 1980- och 90-talen blir konsumismen en livsstil för majoriteten av befolkningen i hela västvärlden. Konsumtionshistorien tycks äntra en ny fas. Med reklamens och de nya informations- och kommunikationsteknikernas hjälp gjordes en ny värld tillgänglig för många, i synnerhet ungdomar. Vad som tornade upp sig under 1980-talet, skriver Miles (1998: 9): »was not merely a consumer society, but a consumer *culture*«. Miles fortsätter med att citera Lunt och Livingstone (1992: 24):

... involvement with material culture is such that mass consumption infiltrates everyday life not only at the levels of economic processes, social activities and household structures, but also at the level of meaningful psychological experience – affecting the construction of identities, the formation of relationships, the framing of events.

För en utförlig diskussion om denna utveckling mot en konsumentkultur och dess karaktärsdrag hänvisas den intresserade läsaren till exempelvis Lury (1996) eller Slater (1997).

Konsumtion blir en politisk fråga

Konsumtion klättrade parallellt härmed upp på den politiska agendan. Konsumismen underblåstes av starka politiska intressen och var ett återkommande tema i nyliberalernas retorik i Storbritannien och i USA. Konsumtion presenterades som individens främsta uppgift i livet och ett villkor för att skapa en väl fungerande stat.¹ Ideologin marknadsfördes med löften om individens valfrihet på marknaden, där konsumentens önskningar och behov skulle råda. Konsumism presenterades som något demokratiskt, på samma gång som politikerna blundade för det faktum att konsumenternas resurser var ojämnt fördelade (Miller, 1995; Miles, 1998). I förlängningen härav började individer med ett genuint intresse för normativa frågor kopplade till konsumtion att organisera sig och göra politiskt motstånd genom

1. Ett exempel på detta ser vi i USA efter terrorattacken den 11 september 2001, där befolkningen uppmanas att konsumera för att få fart på ekonomin och få landet på fötter igen. Konsumtionen blir med andra ord en »patriotisk akt«.

bojkotter, krav på miljövänliga produkter, bättre djurhållning och arbetsmiljö samt säker livsmedelsproduktion. Den välkända »anti sweatshop»-rörelsen¹ är ett uttryck för detta (Klein, 2002). Dessa konsumentrörelser banade den amerikanske konsumenten och lekmannen Nader väg för redan under 1960-talet, då han som en av de första började föra konsumenters talan och ställa krav på producentledet. I Naders fall var det bilindustrifjätten General Motors som fick krav på sig att åtgärda brister i bilsäkerheten (Nader, 1967).

De nya sociala rörelser och konsumentsammanslutningar som uppstått har blivit maktfaktorer i samhället, viktiga att studera och förstå. Konsumenten själv har samtidigt erhållit medborgarstatus, åtminstone i forskningslitteraturen (Mackay, 1997; jfr Bennett, 2001). En förklaring härtill är att det alltmer är i konsumentrollen som vi utövar vårt medborgarskap och aktivt deltar i det civila livet.

De tre ovan diskuterade förändringarna har sammantaget haft en stor betydelse för att konsumtion sedan 1980-talet hamnat i strålkastarljuset inom akademien, dock i större utsträckning på den internationella arenan, än den inhemska. På den inhemska arenan brottas konsumtionsforskningen fortfarande med dilemman som disciplinär och geografisk splittring, svag teoribyggnad och resursknapphet, hävdar Thiberg i Konsumentforskningsutredningens slutbetänkande *Forskning för vår vardag* (SOU, 1996:10).

Vem är konsumtionsforskare?

Att skissera konsumtionsforskningen i få penseldrag låter sig knappast göras. Den utgörs idag av forskare från en mängd olika discipliner med många gånger ganska specifika intressen i konsumtionsprocessen. Att urskilja konsumtionsforskare från icke konsumtionsforskare har också blivit en knivig fråga eftersom snart när alla forskare menar att de studerar någon aspekt som berör konsumtion. Är exempelvis en forskare som studerar individens mediekonsumtion en konsumtionsforskare eller en medieforskare, eller både och?

1. Många »anti-sweatshop«-organisationer och kampanjer är synliga på Internet. En snabb sökning ger ca 10 000 träffar. Anti-sweatshop-rörelsen vänder sig mot varumärkesföretagens (exempelvis Nike, Ralph Lauren, Disney, Reebok) exploatering av arbetskraft särskilt i utvecklingsländer, där människor tvingas arbeta under miserabla förhållande i s.k. sweatshops för att tillverka olika konsumtionsvaror för västvärlden. Se t.ex.: www.globalexchange.org/economy/corporations eller www.geocities.com/whydoyoukeepdeletingme/ASSLLeague.

Antalet texter som påverkat dagens konsumtions sociologer, men också konsumtionsforskare i vid bemärkelse, är åtskilliga. De klassiska teoretikerna av betydelse är ganska enkla att peka ut: Veblen, Simmel samt i viss utsträckning Marx och Weber. Dessa citeras frekvent i litteraturen, men diskuteras många gånger inte i större utsträckning och används sällan för att analysera eller tolka empiri. Snarare vilar dagens analyser på samtida teoretiker som till exempel Goffman, Bourdieu och Ritzer¹, men också mer post-moderna författare som Baudrillard och Jameson (Campbell, 1995). Den mest betydelsefulla samtida konsumtionsteoretikern anses vara Bourdieu. Den franske sociologen publicerade redan 1979 verket *La Distinction. Critique sociale du jugement*, vilken dök upp först fem år senare i en engelsk översättning (Bourdieu, 1984) och är nästintill kanoniserad idag.

Habitus och smak

Bourdieus arbete *La Distinction* (1984) handlar huvudsakligen om social reproduktion, hur samhällen reproduceras och består över tiden, inte på individnivå utan på gruppnivå, det vill säga hur olika grupperingars maktrelation förhåller sig till varandra. I denna strävan undersöker han sambandet mellan social klass och konsumtionens praktiker på ett mycket detaljerat sätt, väl förankrat i empiriska exempel och fallstudier från vitt skilda områden.

Grundläggande begrepp hos Bourdieu är *habitus* och *smak*. Människors olika preferenser är socialt organiserade genom habitus. Varken habitus eller smak är av naturen givna, utan produkter av såväl uppfostran som utbildning, menar Bourdieu. Habitus, och därmed även smaken, uppstår ur individens livsvillkor, position i samhällsstrukturen och individens direkta och indirekta inlärningsprocesser. De bestäms av såväl individens kulturella som ekonomiska kapital.

Habitus är på en och samma gång en »strukturerad och strukturerande struktur«. *Strukturerande* i betydelsen att habitus har betydelse för att organisera våra handlingar och skapa mening; *strukturerad* i betydelsen främsta skiljelinjen mellan olika sociala klasser. Habitus »slutprodukt« är det vi i dagligt tal brukar kalla livsstil (a. a.: 170 ff). Habitus är individens disposition (förutsättningar eller fallenhet för) att skapa meningsfulla praktiker, att handla på ett visst sätt, att uppfatta och uppskatta saker och ting menings-

1. Ritzer är framförallt känd för sina teser om »McDonaldization« (se t. ex. Ritzer, 1996, 1998).

fullt, men också på ett givet sätt (»taste«). Habitus refererar dock inte bara till kunskap, kompetens eller känsla för stil, utan manifesteras också kroppsligen:

... it is inscribed in the individual's body, in body size, shape, posture, way of walking, sitting, gestures, facial expressions, sense of ease with one's body, ways of eating, drinking, amount of social space and time that an individual feels entitled to occupy; even the pitch of and tone of voice, accent and complexity of speech patterns are part of an individual's habitus. (Lury, 1996: 85)

Kroppen kan därmed betraktas som ett fysiskt kapital. Somliga kroppar anses betinga ett högt värde, andra anses ha ett lågt. Högt kroppsligt estetiskt värde jämföras med högt moraliskt (Bourdieu, 1984: 206; jfr Lupton, 1996: 137 ff). En smal människa anses därför inte bara vara vacker utan också en god människa. En fet människa är på samma sätt inte bara osund utan anses också ful – ett moraliskt misslyckande.¹ Kroppens fysiska kapital bestäms som så mycket annat hos Bourdieu av individens habitus och smak.

Smaken, som primärt bestäms av bildning, fungerar också som en klassmarkör (Bourdieu, 1984: 6): »Social subjects, classified by their classifications, distinguish themselves by the distinctions they make.« Smak är strukturerad i olika strata och uttrycker därigenom inte bara skillnad, utan också en hierarki, till exempel mellan dem som lyssnar på opera framför dansbandsmusik, eller dem som föredrar korvgryta framför sushi. Klassificeringen utgår inte från föremålen och deras inneboende värde, utan snarare är det en klassificering baserad på olika smakstrukturer och de förväntningar som finns på olika grupperingars preferenser (Slater, 1997: 159). Genom att ge uttryck för vår smak indikerar vi var i den sociala hierarkin vi hör hemma, det vill säga social makt. Smak tycks uppstå ur frivilliga val och preferenser, men har egentligen rötterna i individens materiella begränsningar.

It is a virtue made of necessity which continuously transforms necessity into virtue. [...] Through taste, an agent has what he likes because he likes what he has. (Bourdieu, 1984: 175)

Det Bourdieu säger här är inte bara intressant utan också relevant. Vad vi äter är inte ett enkelt uttryck för det vi gillar, utan ytterst ett bevis på vad vi socialiserats till att tycka om i brist på andra alternativ. Serveras bara grön-

1. Denna inställning råder i större delen av västvärlden, men är inte en universell uppfattning. Föreställningen om vad som är en vacker eller sund kropp varierar avsevärt från kultur till kultur.

saker lär vi oss att tycka om det. Serveras bara fisk lär vi oss på samma sätt att tycka om det. Det låter nästan väl enkelt kan man tycka, att sociala faktorer har en viktigare roll att spela än biologiska och fysiologiska betingelser för våra smakupplevelser och utvecklandet av en bestämd smak. Fastän vi bara har tillgång till en viss typ av föda kan vi ju mycket väl känna till annan föda och människors uppfattningar om denna. Bourdieus tes är dock att avsaknaden av alternativ styr individens utveckling av en viss smak.

Även om habitus förser individen med ett ramverk för handling så är det inte statistiskt. Habitus kan förändras som ett resultat av interaktionen och de strategier som anammas i mötet mellan olika sociala grupper (Lury, 1996). Bourdieu ger oss därmed en flexibel verktygslåda för att analysera och förstå sociala erfarenheter och praktiker, principerna för konsumtion i alla dess former och reproduktion av klass. Gränserna mellan habitus och smak är inte knivskarpa, men med hjälp av Bourdieus habitus och smakbegrepp kan vi likväl analysera och försöka förstå fenomenet övervikt. Bourdieu antyder själv detta då han reflekterar över kropps-konstitution och matvanor som resultatet av olika kulturella praktiker (Bourdieu, 1984: 190 ff).

Tastes in food also depend on the idea each class has of the body and of the effects of food on the body; that is, on its strenght, health and beauty. [...] Taste a class culture turned into nature, that is, embodied, helps to shape the class body. (a.a.: 190)

Individens habitus har betydelse för vad vi konsumerar och hur vi konsumerar, vad vi äter och inte äter, vad vi tycker är bra mat och dålig mat, sunt och osunt, om vi motionerar och hur vi motionerar, hur vi ser och upplever vår kropp, men också uppfattar andras kroppar, hur vi tar del av medieutbudet, vilken mening vi tillskriver det och vad vi gör med det – faktorer som sammantaget har betydelse för individens övervikt. För Bourdieu är social reproduktion det centrala. Bourdieu nämner också i många olika sammanhang individens möjlighet att forma sitt yttre, sin kropp och stil. Han ger oss dock ringa förståelse för hur individen ska kunna bryta sig loss och förändra den kropp som hon genom sin position i samhället, smak och habitus bär på.

Kroppen – tankens tunna skal

Med mitt intresse för övervikt följer ett intresse inte bara för konsumtion i vid bemärkelse, utan också för kropp och mat. Kroppen är en anslagstavla för vår konsumtion och mat är en primär beståndsdel i konsumtionen. Mat

i betydelsen kost och näring har svenska forskare intresserat sig för sedan slutet av 1800-talet (Ekström, 1990). Kunskapen om svenskens matvanor och måltidsmönster, insikter, värderingar och attityder när det gäller mat och mathållning har dock länge varit bristfällig (Jansson, 1991). I och med det ökade intresset för kulturteori under 1980-talet har maten och matvanornas förgivet tagna och vardagliga karaktär genomskådats. På senare år har forskning om mat därför fått ett nationellt och internationellt uppsving. Matens sociala, kulturella och symboliska betydelse har allt mer erkänts och matens betydelse för det egna jaget, individens subjektivitet och uppfattning om kropp, hälsa och identitet har vunnit mark (se t.ex. Mennell, Murcott & Van Otterloo, 1992; Liukko, 1996; Lupton, 1996; Beardsworth & Keil, 1997; Bell & Valentine, 1997; Holm & O'Doherty Jensen, 1997; Koivisto Hursti, 1997). När det gäller kroppen som studieobjekt har vi sett en explosion, motsvarande den vi noterat inom konsumtionsforskningen, av litteratur, avhandlingar och tidskrifter som på olika vis sätter kropp och kroppslighet i fokus. Både kropp och kost utgör intressanta, heterogena och omfattande forskningsfält. Kroppen är dock det fält som jag bedömt mest relevant i detta sammanhanget och som diskussionen nedan kommer att kretsa kring.

Från bantningskurer till bröstimplantat

Kroppen har på senare tid hamnat i rampljuset: i medierna, inom idrotten, i politiken, i vardagslivet och i den akademiska världen. Vi ska dock ha i minnet att intresset för kroppen inte är nytt i sig. Staten har till exempel i tider av krig, nöd eller vid snabba samhällsförändringar visat ett intresse för sina medborgares kropp och hälsa. Idag är det emellertid inte längre staten som tillskriver kroppen mening. Vad som utmärker kroppens ställning idag är den ökade graden av individualisering. Allt fler är allt mer intresserade av kropp, hälsa och utseende som uttryck för den personliga identiteten, med konsekvensen att kroppen har kommit att betraktas som enskild egendom (Shilling, 1993).

Den senmoderna människans intresse för kroppen tar sig uttryck i allt från bantningskurer, bröstimplantat till så kallad »bodytoning« eller bodybuilding (Johansson, 1997). Det vetenskapliga intresset tydliggörs i framväxten av nya forskningsfält: till exempel kroppshistoria, kroppssociologi, kroppen i bildkonsten (Featherstone, Hepworth & Turner, 1991; Ekenstam, 1993; Mellemegaard, 1998), liksom särskilda vetenskapliga tidskrifter till exempel *Body and Society*. Det samhälleliga och politiska intresset kommer

till uttryck i exempelvis preventivmedelskampanjer och abortlagstiftning, men också i en oro för medborgarnas hälsa, tydliggjord i antidroginformation och andra folkhälsokampanjer och förebyggande åtgärder (Bengs, 2000).

Turner (1991) hjälper oss att förstå hur det ökade intresset för kroppen uppstått. Han nämner tre faktorer. En viktig faktor är konsumtionssamhällets framväxt, med sin betoning på nya kroppsideal (att hålla sig i form, ha en vacker och smal kropp samt motarbeta åldrande) och hedonism.

En andra faktor är förändrade könsroller, och en andra våg av feminism under 1960-talet (se även Shilling, 1993). Feminismen har bidragit till att generera viktiga frågor om människokroppen, särskilt den kvinnliga kroppen, till exempel kroppens varufiering i visuella medier, i pornografi och prostitution (se t.ex. Van Zoonen, 1994: 18 ff; Göthlund, 2000; Hirdman, 2000).

Ytterligare en faktor som bidragit till kroppens centrala ställning är de förändrade demografiska mönster vi ser, främst i västvärlden, med en allt större andel av befolkningen som uppnår en hög ålder. Åldrandet har blivit både en politisk och ekonomisk fråga och ska samtidigt ses i ljuset av nya tekniska och medicinska framsteg (Turner, 1991). Dessa har inte bara förlängt vår medellivslängd utan också gett oss en ökad möjlighet att kontrollera våra kroppar genom till exempel organtransplantationer, provrörsbefruktning och plastikkirurgi. Stora delar av våra kroppar och våra kroppsliga funktioner kan repareras eller rekonstrueras genom användande av konstgjorda organ, material eller proteser. Människan tycks nästan ha förvandlats till en maskin, och det är därför inte ovanligt att maskinmetaforen används för att beskriva kroppen, till exempel i sportens värld.¹ Maskinmetaforen har också hjälpt myndigheter att sammanföra idén om kroppen som ett individuellt projekt med tanken på kroppen som enhet för samhällelig förändring (Shilling, 1993: 37). För att samhällskroppen ska bli annorlunda måste samhällets mindre beståndsdelar – de individuella kropparna – först förändras.

Perspektiv på kroppen

Mycket forskning om kroppen har tidigare begränsats av den kartesianska tanken om människans uppdelning i två separata enheter: kropp och själ (se

1. Att kroppen allt mer jämförs med eller beskrivs som en maskin kan i förlängningen få konsekvenser för hur vi förhåller oss och tillskriver mening till vår kropp, hälsa, livslängd och död samt bedömningen av vår förmåga att påverka och kontrollera dessa.

t. ex. Stinson, 2001). Själens, eller snarare tankens, ansågs överlägsen kroppen. Det var också tanken, förnuftet, som definierade oss som sociala varelser. Det är därför som den akademiska intelligentian intresserat sig främst för människans inre, skriver Bengt (2000). Den levande kroppen – dess varande i världen – hur den formas och formar samhället, har däremot väckt mindre intresse.

Hur ska vi då förstå kroppen? Shilling (1993) förser oss i sitt många gånger refererade verk *The Body and Social Theory* med en klarsynt och kritisk analys av de traditioner och teorier som är av betydelse för en ökad förståelse av kroppen. Shilling diskuterar två övergripande perspektiv på kroppen – det naturalistiska och det socialkonstruktionistiska. Självt förespråkar han ett tredje perspektiv, vilket är en kombination av de två angreppssätten.

Kroppen som biologi

Inom det naturalistiska perspektivet betraktas kroppen som: »the pre-social, biological basis on which superstructures of the self and society are founded.« (Shilling, 1993: 41) Biologiska processer föregår med andra ord sociala dito. Biologin är den övergripande förklaringsmodellen. Den används för att klargöra skillnader i fråga om såväl individens resurser och rättigheter, som politisk makt. Individens intentioner, handlingar och möjligheter förklaras på samma sätt och ses som ett resultat av individens fysiska och genetiska konstitution. Könsskillnader betraktas härmed som av naturen givna och bestäms av kvinnans »svagare och instabila biologi«. Övervikt skulle ur detta perspektiv främst ha en genetisk eller biologisk förklaring. Det reduceras till en störning i metabolismen, eller ett sjukligt fysiologiskt tillstånd. Perspektivet fortsätter att ha inflytande på många både inom och utom akademien, inte minst gemene mans uppfattningar och syn på kroppen. Många samhällsteoretiker har dock föredragit att ansluta sig till ett annat perspektiv – det socialkonstruktionistiska.

Kroppen som social konstruktion

Inom det socialkonstruktionistiska perspektivet tillskrivs snarare än producerar kroppen social mening. Kroppen inte bara formas och begränsas av samhället, utan kan till och med betraktas som en social uppfinning. I detta perspektiv förklaras och förstås övervikt som en social konstruktion, något föränderligt som hela tiden konstrueras, dekonstrueras och rekonstrueras. Till skillnad från det naturalistiska perspektivet, som är ganska homogent, finns det inom det socialkonstruktionistiska perspektivet en mängd olika

och inte alltid kompatibla antaganden om kroppen och samhället. De meningsskiljaktigheter som finns inom perspektivet berör främst i hur stor utsträckning kroppen är en social produkt, och om det överhuvudtaget är möjligt att tala om kroppen som ett biologiskt fenomen. Foucault och Goffman är de som haft störst betydelse för det socialkonstruktionistiska perspektivets formering (Shilling, 1993).

Foucault, å sin sida, som egentligen räknas till poststrukturalisterna, är omtalad för sina analyser om kropp och makt (kontroll). Foucault intresserar sig bland annat för olika samhällsinstitutioner (t.ex. sjukhus och fängelser) som styr eller reglerar kroppen (Foucault, 1987, 1989, 1991). Centralt i Foucaults analyser är hur kroppar konstitueras och tillskrivs mening genom diskursiva ordningar. Kroppen som biologisk enhet försvinner därmed och blir istället en instabil och formbar social konstruktion.

Goffman (1995), å andra sidan, betecknas som symbolisk interaktionist och analyserar kroppen i den sociala interaktion som uppstår på såväl den privata som den offentliga arenan (främst mikroprocesser). Han är känd för sina analyser av jagets framställningsformer (hur individen uppfattar sig själv och andra) och hantering av stigma (Goffman, 1990). Det som förenar Foucault och Goffman är att de båda håller fast vid antagandet om kroppens centrala betydelse i människans liv och det faktum att kroppens betydelse bestäms av sociala strukturer bortom individens kontroll (Shilling, 1993).

KROPPEN – ETT SAMHÄLLSPROBLEM · Varken Foucault eller Goffman har trots omfattande arbete formulerat en explicit teori om kroppen i samhället. De har dock fungerat som inspiratörer för Turner och Frank i deras arbeten. Frank (1991), liksom Shilling (1993), tillskriver Turner äran av att ha formulerat den första generella teorin om kroppen (»theory of bodily order«). Den publicerades första gången i *The Body and Society* (Turner, 1984). Teorin åskådliggörs i en typologi där relationen mellan kropp och samhälle belyses på befolknings- och individnivå, utifrån dimensionerna tid och rum respektive inre och yttre ordning. Turner betraktar kroppen först och främst som ett problem – *ett problem för samhället* – som måste lösas med hjälp av olika samhälleliga institutioner (t.ex. lagar, religion och medicin). Teorin bygger på de kroppsliga uppgifter samhället måste fullgöra för att kunna fortleva. De fyra uppgifterna är: reproduktion, reglering, begränsning och representation (Frank, 1991). Resonemanget är följande: befolkningstillväxten har fört med sig olika sätt att kontrollera reproduktionen; urbaniseringen har

fordrat reglering av det sociala rummet, till exempel i form av polisiär övervakning. Kroppen måste också begränsas. Individens lust och behov (hedonistiska begär) begränsas exempelvis med asketiska ideal och normer för måttfullhet (jfr Husz & Lagerkvist, 2001). Slutligen kommer med kapitalismens och konsumismens utveckling problem i fråga om kroppens representation, vilket omfattar individens ständiga arbete med kroppen för att visa upp ett visst yttre och göra intryck på sin omgivning. Turner kopplar därutöver varje uppgift till en »sjukdom« (t.ex. »onanism«, fobi och anorexia), som hotar att bryta ned kropparna då de olika uppgifterna påtvingas (Shilling, 1993).

Shilling kritiserar Turners teori för att tillföra ringa förståelse av kroppen som tänkande och handlande varelse. Detta beror i sin tur på att Turner ser kroppen som viktig *bara* i den mån den utgör ett *problem* för samhällssystemet. Turner kan därmed kritiseras för att ha presenterat en teori som de facto ger en avkroppsligad (»disembodied«) syn på individen. Turner väljer alltså att formulera sin teori ensidigt kring kroppen som ett problem. Han missar därmed ett relevant perspektiv på människokroppen, ett perspektiv där kroppen är viktig för samhället i det att den är en tillgång och en möjlighet för utveckling och framgång. Teorin har också ansetts vara allt för statisk. Turner har nämligen helt utelämnat historiska mekanismer för social förändring (Shilling, 1993). Inte desto mindre bedöms teorin vara ett värdefullt bidrag i utvecklandet av en kroppssociologi.

KROPPEN – ETT INDIVIDUELLT PROBLEM · Franks arbete erbjuder ett alternativ, eller ett komplement till Turners teori. Till skillnad från Turner ser Frank kroppen som ett problem i sig självt – *ett problem kopplat till individens handlingar* – inte till systemet; ett problem sprunget ur ett fenomenologiskt angreppssätt snarare än ett funktionellt (Frank, 1991). Det socialkonstruktivistiska perspektivet vidgas hos Frank genom införandet av »corporeality«. Kroppar föds inte ur diskurser och institutioner, skriver Frank. Kroppen är även något fysiskt, något materiellt som föds, formas, dör och upplöses (a.a.: 49). Våra fysiska kroppar möjliggör handling, men begränsar oss också.

Franks handlingsteori utgår från att kroppen är både medium och resultat av det han kallar kroppstekniker. Kroppstekniker är en kombination av det som konstituerar kroppen: diskurs, institutioner och kroppslighet. I våra kroppar kan till exempel olika kroppsideal, kostnormer, hälsokurer, aktivitetsgrad och myndighetsutövande utläsas. Samhället betraktas också

som medium och summan av dessa tekniker. I förlängningen leder detta resonemang till att samhället och samhällets kroppar blir svåra att särskilja. De tycks vara en och samma sak. Teknikerna kommer dock endast till uttryck i deras praktiska användning av kroppar och på kroppar.

Frank utvecklar i sin teori fyra idealtyper (stilar) för hur kroppen används. Han kallar dessa den disciplinerade, speglade, dominerande och kommunikativa kroppen (a.a.: 53). Dessa typer fångar långt ifrån hela sanningen, och ska istället främst ses som tumregler eller heuristiska riktlinjer för att ordna och analysera mänskligt beteende. Inspirerad av Goffman, betonar dock Frank betydelsen av den individuella kroppen, dess handlingar i sociala kontexter, och de sociala krafter och relationer den ingår i och därigenom påverkar dess utveckling. Franks teori diskuteras och kritiseras utförligt av Shilling (1993). Jag nöjer mig med att belysa det faktum att Franks typologi, som förvisso anses användbar, missar väsentliga delar. Den ger oss till exempel inte svaren på *varför* människor skulle välja ett visst förhållningssätt till sin kropp framför andra. Den säger inte heller något om *hur* människor väljer mellan olika stilar eller *vilka* historiska betingelser som har betydelse för att individen ska anpassa sitt beteende till en viss stil.

Kroppen som projekt

Att ensidigt betrakta kroppen som en social produkt synes lika problematiskt som att reducera kroppen till biologiska och fysiska mekanismer. Under senare år har därför forskare försökt förena de två perspektiven för att därigenom skapa ett tredje perspektiv. Kroppen kan inte förklaras enbart av sociala faktorer säger man, inte heller kan kroppen förstås eller existera utanför samhället. Kroppen är nämligen både socialt och biologiskt bestämd, en produkt av natur och kultur. Shilling sammanfattar detta i tre teser (1993: 199).

- 1 Vid födseln är människans kropp en produkt av utvecklingsprocesser, såväl socialt som biologiskt bestämda.
- 2 Efter födseln förändras kroppen. Den fångas upp och omvandlas i viss utsträckning av sociala faktorer.
- 3 Kroppen påverkas inte bara av sociala relationer, utan är samtidigt både grunden för och skapare av sociala relationer.

Kroppen är inte fulländad eller avslutad i och med födseln, utan den kan genom individens idoga arbete och investeringar förändras, formas,

förbättras. Den ovan skisserade kroppsuppfattningen bereder därmed väg för tanken om kroppen som ett livslångt *projekt*. En idé som dock inte per automatik leder till att alla är villiga eller har möjlighet att omvandla sina kroppar. Vi kan inte heller blunda för det faktum att kroppens naturliga åldrande och andra biologiska processer pågår genom hela livet. Vad idén dock understryker är kroppens centrala roll i det senmoderna reflexiva identitetsarbetet.

Vi finner i den feministiska litteraturen liknande resonemang. Det talas till exempel om hur vi skapar vår identitet genom kroppsliga avsiktliga och meningsskapande handlingar. Exempelvis uppstår vår könsidentitet (genus) genom »the stylization of the body«, menar Butler (1990: 139 ff). »In other words, acts, gestures, and desire produce the effect of an internal core or substance, but produce this on the surface of the body« (a. a.: 136). Kroppen är sålunda föränderlig i både tid och rum. Kroppen är också våra sinnens skyltfönster. De synliga dragen och handlingarna avslöjar vem vi är.

Ett ökat intresse för kroppen har fört med sig en större medvetenhet om och uppmärksamhet på individens hälsa, på både gott och ont (jfr begreppet »healthism« i kapitel 2). Gränserna mellan kroppsideal och sundhetsideal, skönhet och hälsa har blivit allt mer diffusa. En smal kropp anses vacker och per definition frisk. En överviktig kropp har kommit att betraktas som sjuklig och avvikande. Vi ser också en hög grad av moraliserande kring kropp och hälsa i vardagen. Det har exempelvis blivit allt mer legitimt att uttrycka äckel eller avståndstagande inför tjocka människor och vi har svårt att acceptera att alla inte engagerar sig i kroppsliga projekt, som till exempel den sunda kroppen. Den ökade fokuseringen på individens hälsa kan samtidigt innebära hälsovinster för folket i sin helhet, i form av förändrade livsstilar och en ökad riskmedvetenhet. På samma gång har samhället friskrivit sig från ansvar. Övervikt är ett exempel på ett hälsoproblem som först och främst ses som ett individuellt problem och ett fortsatt individfokus gör det allt svårare att ändra detta. Samhällets bidrag till befolkningens övervikt, till exempel socioekonomiska skillnader, ojämn tillgång till näringsriktig mat, förändringar av arbete och fritid samt fast food-industrins vinstmöjligheter i en livsmedelskapitalistisk ekonomi mörkläggs. Samhällets stigmatisering och diskriminering av överviktiga lämnas därhän, samtidigt som antifettatityder lärs ut i tidig ålder (Stinson, 2001).

Kroppen i medierna

En viktig fråga att ställa sig i detta sammanhang är vilken betydelse medierna har i produktionen av våra kroppar. I såväl den akademiska som offentliga debatten har uppmärksamheten länge varit riktad mot reklamens kropps- och skönhetsideal och dessa ideals betydelse för kropp och hälsa. Medierna förser oss med en slags mallar för hur vi ska bygga våra kroppar. Vi har blivit samhällets Brio-mek. Somliga tar intryck av mallarna, andra negligerar dem. Ytterligare andra tar till sig dem, men gör något eget av dem. Det råder dock ingen tvekan om att medierna är viktiga när det gäller att förse oss med symboliskt material för våra kropps- och identitetsprojekt. Utöver de medierade kropps- och skönhetsidealen har massmedierade budskap om hälsa och välbefinnande (t.ex. kostråd, motionstips och riskupplysning) betydelse för att skapa sunda kroppar. Jag kommer att diskutera riskupplysning utförligare i kapitel 2, som bland annat behandlar övervikt som en hälsorisk.

Medierade ideal

De svenska medie- och kommunikationsforskarnas bidrag inom det idag mycket breda forskningsområde som behandlar kropp och medier, har hittills varit ganska begränsat. På den internationella arenan, främst i USA och England, kan man finna betydligt mer forskning om mediernas roll när det gäller förmedlingen av kropps- och skönhetsideal. En nyligen genomförd forskningsöversikt om massmediernas roll i att påverka kroppsuppfattningar har presenterats av Bishop (2000). Den visar dock att även den internationella forskningen bedrivs huvudsakligen av forskare från andra discipliner och områden än det vi i Sverige kallar medie- och kommunikationsvetenskap. Den forskning som redovisas är ändå ganska ensidig i fråga om perspektivval.

Forskare har hittills främst intresserat sig för reklamannonser och tevefiktionens kroppsideal. Bishop pekar exempelvis på studier av teveserierna *Baywatch* och *Beverly Hills 90210* (a.a.). Det har bland annat rört sig om traditionell experimentell effektforskning influerad av Festinger och Bandura, där forskare har försökt att finna samband mellan exponeringen av visst medieinnehåll (representationer av smala kroppar) och individens (främst unga flickors) försämrade, negativa, eller sjukliga kroppsuppfattning. Medierna har utpekats som syndabock och främsta orsak till att unga

kvinnor drabbas av ätstörningar och till och med svälter sig till döds. Orsakssambanden är dock egentligen inte till fullo utredda.¹ En brist i denna forskning är att den skett i ett socialt vakuum, skriver Bishop. Hänsyn har inte tagits till individens sociala kontext, inte heller har individernas användning av dessa mediala representationer klarlagts. Kommunikationsforskare måste därför i större utsträckning undersöka den kulturella kontext i vilken individens uppfattningar tar form. Först måste vi dock veta vilka värden och värderingar medierna ger uttryck för. Därefter kan vi gå vidare och undersöka hur individen tillskriver dem mening, samt internaliserar dem i sin befintliga kunskap och »mentala scheman« (a. a.). Bishop tycks här i viss mån blunda för det faktum att det sedan en längre tid inom fältet Cultural Studies pågår den slags forskning han delvis efterfrågar. Den bedrivs dock snarare av sociologer än av kommunikationsforskare.

Kroppsideal i reklamens värld har i viss utsträckning även varit föremål för svensk forskning. Jarlbro (1994a) konstaterar, i en intervjuundersökning om hur unga människor tolkar reklam, att de unga upplever en stark påverkan av reklam, främst ifråga om ökad konsumtionslust. Ungdomar antas vara extra påverkbara på grund av den identitetssökande process de befinner sig i. De unga informanterna i undersökningen vände sig mot reklamens smala skönhetsideal, samtidigt som övervikt ansågs leda till olycka och katastrof för individen, i synnerhet de unga flickorna. Undersökningen visade också att ungdomarnas tolkning av reklambudskapen skilde sig avsevärt åt. Företagsekonomen Trosslöv Aronsson (1998) har också studerat individers uppfattningar om kroppsideal i reklamens värld, nedtecknade i berättelser efter exponering av reklamannonser. Hon konstaterar liksom Jarlbro, att vi tolkar och förstår reklamens kroppsideal på en mängd olika sätt. Inte alls så homogent som reklamproducenterna fortfarande tycks utgå ifrån.

Andra exempel på forskning om medier och kroppskonstitution exemplifierar Bishop (2000) med innehållsanalyser av bilder på Miss America under två decenniers tid. Man kunde i dessa studier visa att kroppsmåtten, precis som för Fröken Sverige, har minskat betydligt (jfr Rössner, 1988). Kvinno- och manstidskrifter samt veckopressens kroppsideal har också analyserats. I dessa studier kom man bland annat fram till att kvinnor exponeras för fler budskap om smalhetsideal än män, men också att kvinnor jämfört med män exponeras för betydligt fler reklamannonser om mat,

1. De samband man funnit har varit på aggregerad nivå, inte individnivå (Bishop, 2000).

något som jag i egna, dock inte publicerade, studier av reklam i populärpressen kunnat konstatera. Slutsatsen forskarna drar är att kvinnor utsätts för fler motstridiga budskap vad gäller kropp och kost än vad män gör (Holm & O'Doherty Jensen, 1997; Bishop, 2000).

Ett svenskt nytillskott till området kropp och medier är Hirdmans (2002) avhandling i journalistik *Tilltalande bilder*. I avhandlingen analyserar Hirdman bilder från *Veckorevyn* och *Fib aktuellt* från några nedslagsår mellan 1965 och 1995. De teman som står i centrum för analysen är sexualitet och genus, därmed kommer kropp naturligt i strålkastarljuset. Hirdman konstaterar bland annat i sina slutsatser att annonserna i *Veckorevyn* har blivit allt svårare att särskilja från övrigt redaktionellt material. Den kommersiella skönhetskulturen som kännetecknar tidningen baseras på inhandlandet av produkter och en återkommande förändringsretorik i tidningen. Läsarna uppmanas att granska sig själva och leta fel, vilket tidningen sedan erbjuder lösningar på för att hjälpa individen att få en perfekt kropp. Läsarens kropp kommer i centrum för innehåll och tilltal, därigenom kommersialiserar läsaren, skriver Hirdman. Kroppen blir en vara, med ständiga behov av nya produkter för att nå toppen av sin utseendepotential (a.a.: 280). Veckopressens budskap till individen synes vara att du ska jobba med din kropp primärt för att bli vacker. Att eftersträva en god hälsa tycks mindre angeläget (för en utökad diskussion om kropp, skönhet och kvinnlighet se även Wolf, 1992; Johansson, 1999).

Reklamens budskap strävar efter att definiera mottagarnas drömvärld. Den är snarare en utopisk meningsstruktur än en spegling av verkligheten. Forskarna är på intet sätt överens om reklamens effekter (Fowles, 1996; Thelander, 2002). Å ena sidan finns de som är mycket kritiska till reklam och betonar dess stora påverkanspotential. Å andra sidan de som menar att reklamens effekter är ringa eller måttliga, då individen varken är lättmanipulerad eller okritisk till budskapen. En slags medelväg tar många Cultural Studies-forskare, som både medger mediernas stora betydelse för individens kroppsprojekt, konsumtion och identitetsbygge, och samtidigt understryker att kommunikationsprocesserna och de meningsskapande processerna individerna engageras i kring budskapen är mycket mer komplexa än många tidigare medgett. En sista slutsats vi kan dra är att mycket forskning om medier och kropp tycks ha lagt sin energi på att intressera sig för budskap om det smala kroppsidealet och de eventuella negativa effekter dessa budskap kan få för individens hälsa, i form av ökad kroppsfixering, bant-

ningshysteri, i värsta fall anorexi. Det finns mig veterligen ingen som har valt att titta på motsatsen, budskap om kroppsideal ur ett för hälsan positivt perspektiv. Inte heller har den överviktiga kroppens mediala representationer fått någon uppmärksamhet.

Sammanfattning

I kapitlet har jag skisserat konsumtionssamhället som en teoretisk inramning till min avhandling. Jag har presenterat olika teoretiska perspektiv på konsumtion, diskuterat konsumtionssamhällets framväxt, men också dess konsekvenser bland annat i form av de identitetsbyggen som följde med konsumismen. Jag har också identifierat och resonerat kring tre faktorer av betydelse för det ökade intresset för konsumtion inom forskningen. Dessa är: framväxten av Cultural Studies, konsumentkulturens intåg samt politiseringen av konsumtion. Därefter introducerades en av vår tids främste konsumtionsteoretiker, Bourdieu, och hans resonemang om habitus och smak samt deras inverkan på individens konsumtion och kropp. Bourdieu utgjorde därmed bryggan mellan diskussionen om konsumtion och förståelsen av våra kroppar samt de identitetsbyggen kropparna ingår i.

Olika synsätt på människokroppen presenterades sedan med hjälp av det biologiska och socialkonstruktionistiska perspektivet. Jag redogjorde också för Turner och Franks kroppsteorier, där den förre betraktar kroppen som ett samhällsligt problem medan den senare ser kroppen som ett individrelaterat problem. Jag konstaterade också att kroppen har förvandlats till ett livslångt projekt och pekade på kopplingen till den feministiska diskursen om hur identitet skapas och blir till genom kroppsliga handlingar. Medierna har en väsentlig roll i dessa kroppsprojekt genom att förse oss med symboliskt byggnadsmaterial.

Reklam i olika former är det medierade material som många anser har störst betydelse för våra kroppsuppfattningar. Reklamen har givetvis en betydelse för vår konstruktion av den sunda kroppen, men det har även annat medieinnehåll som behandlar kropp, hälsa och ohälsa. För att vi ska förstå övervikt räcker det inte med att relatera till teorier om konsumtion eller kropp. Övervikt handlar inte ensidigt om för mycket eller felaktig konsumtion. Det handlar inte heller enbart om lyckade eller misslyckade kroppsprojekt, utan därtill måste vi lägga ett riskperspektiv. Övervikt är nämligen i stor utsträckning en hälsorisk (SBU, 2002: 8). I det kapitel som

Medier & fetma

följer står *risksamhället* i fokus, men också *mediernas roll* när det gäller att tydliggöra risker för medborgarna. Medierna är centrala för vår förståelse av både samhället och dess invånare. Som tidigare påpekats förser medierna oss med byggnadsmaterial. Är vi intresserade av att analysera och försöka förstå hur detta material gestaltas är det motiverat att också belysa processerna bakom konstruktionen av detta material. I nästa kapitel kommer därför även upphovsmännen att diskuteras.

Risksamhället och medierna

MODERNITETENS VÄXANDE KONSUMTION har inte varit problemfri. Urbaniseringen, industrialiseringen och den omfattande tekniska utvecklingen som understött konsumismen, har banat väg för ett stort antal risker. Riskerna är idag många till antalet, komplexa till sin natur och omfattande i sina verkningar. Det finns därför fog för att tala om det senmoderna samhället inte bara som ett konsumtionssamhälle (se kap. 1), utan också som ett risksamhälle.

Min avsikt här är att beskriva det samhälle vi ger prefixet risk. Jag kommer även att diskutera olika teoretiska perspektiv på risker samt presentera min egen syn på risker. Den svenska riskforskningen med fokus på hälsorisker, särskilt övervikt, kommer också att behandlas.

Till riskperspektivet lägger jag ett medieperspektiv där jag resonerar kring mediernas roll i att identifiera och uppmärksamma oss på olika risker, men också de dilemman som uppstår i denna roll. I samband härmed behandlas det omdiskuterade journalistiska uppdraget och frågan om journalistikens och journalistens ansvar väcks. Jag nämner kort journalistikens villkor och fokuserar särskilt på marknadskrafternas inverkan på dagens journalistik.

Förståelse av medieutbud bör alltid ta sin utgångspunkt i en förståelse av dess upphov och de mekanismer som ligger bakom utbudets tillkomst. Journalistiska produkter förmedlar information om övervikt per se, men säger också något om de normer och principer (logiker) som de är ett resultat av. Det finns alltså tydliga kopplingar mellan en nyhetstext och den kontext den är sprungen ur. I detta kapitel kommer jag således även att diskutera medie-logik samt logikens konsekvenser för dagspressens representation av verkligheten och vår förståelse av denna.

Risksamhället

I samhällets moderniseringsprocess släpps destruktiva krafter lösa. Produktion av välfärd följs av produktion av risker, skriver den tyske sociologen Beck (1992). Risker har alltid varit ett naturligt inslag i människans vardag, men dagens riskscenario ter sig helt annorlunda från tidigare epokers. Dagens risker brukar beskrivas som globala snarare än personliga, som osynliga och smygande snarare än uppenbara och förutsägbara, som en konsekvens av industrins överproduktion istället för underskott i hygienisk teknologi. Den ökade produktionen och konsumtionen har med andra ord bidragit till många av dagens risker, varav övervikt bara är en. Som främsta anledning till övervikt framhålls ofta en överkonsumtion av »felaktig« (osund) mat samt en överkonsumtion av ett bekvämt och alltför stillasittande liv, eller om man så vill en underkonsumtion av motionsaktiviteter.

I Giddens (1996) beskrivning av senmodernitetens riskprofil inkluderas ett ökat antal risker och en ökad intensitet hos riskerna. Giddens påtalar också, liksom många med honom, att dagens risker har sitt ursprung i människans aktiviteter snarare än i naturens krafter. Våra ingrepp i den naturliga ordningen har påverkat den på ett negativt sätt, vilket nu återverkar på oss i form av allt från ozonhål och läckande kärnkraftverk, till förgiftade vattendrag och kemikalier i livsmedlen.

I den riskprofil Giddens tecknar pekar han också på den ökade medvetenheten om risker hos befolkningen, på både gott och ont. En ökad medvetenhet kan innebära en större aktsamhet och vakenhet gentemot riskfyllda beteenden, men det kan också innebära att befolkningen bär på en stor, kanske onödigt stor, oro. Vi utsätts alltså, många gånger ofrivilligt, för en mängd risker som är bortom både individens och organisationers kontroll. Samtidigt som vi är allt mer beroende av experter för att orientera oss och undvika risker, i den mån det går, utbreder sig en medvetenhet om expertkunskapens begränsningar. Känslan av att både personer och ting är opålitliga och oförutsägbara förstärks och vi upplever som en konsekvens härav en ontologisk osäkerhet, eller otrygghet (Giddens, 1996).

I klassamhället var hungern drivkraften. I risksamhället är det istället oron (Beck, 1992). Oro skapas av oordning. Vi förlorar kontrollen över våra kroppar och liv, och upplever oss inte längre vara autonoma varelser. Efter-

som vi själva vill kunna bestämma tar vi till olika strategier för att undkomma risker. När det gäller övervikt handlar det ofta om att övervaka näringsintaget.

En kollektiv eller solidarisk oro kan bli en politisk kraft i samhället, och vi ser alltmer hur olika sociala rörelser eller intresseföreningar tar form. De Överviktigas Riksförbund (ÖR) kan ses som ett sådant exempel. Vi vet dock inte med säkerhet hur oron fungerar. Hittills har den inte varit grund för rationellt handlande. När dessutom allt förvandlas till faror, all mat blir onyttig och utgör ett hot mot individens förmåga att hålla vikten, blir plötsligt inget alls längre farligt. Allt för frekventa varningar leder till slut till ohörsamhet. Finns det dessutom ingen klart angiven utväg slutar människor att bry sig om risken. Risken integreras och blir en naturlig del i vardagen. Oro och hysteri kan därmed övergå till likgiltighet – handling hör till gårdagen.

Senmodernitetens risker följer inte välfärdens spridningslogik (Beck, 1992). Risker tycks ackumuleras i botten av samhället, välfärden i toppen. Risker kan sålunda förstärka snarare än upphäva klassamhället. Socialstyrelsens senaste hälsorapport visar på detta faktum (2001). Utsatta grupper, lågutbildade och låginkomsttagare möter i sin vardag ett annat riskscenario än vad resursstarka grupper gör. Sociala skillnader i hälsa är fortfarande påtagliga och tycks inte ha minskat de senaste tjugo åren, skriver man i hälsorapporten.

Välbeställda och välutbildade köper sig trygghet och riskfrihet, påstår Beck (1992), medan de sämre ställda tenderar att frivilligt, men också ofrivilligt, utsätta sig för risker. Han menar därför att det finns ett samband mellan fattigdom och risktagande eller riskexponering. Ju sämre vi har det materiellt desto större risker är vi beredda att ta. Samtidigt får svagare samhällsgrupper allt svårare att hantera eller undkomma risker, till exempel arbetsmiljörelaterade problem som stress, olyckor, infektioner, droger, psykiatriska sjukdomar och övervikt.

Även de som producerar eller profiterar på risker drabbas av dem. Risker kan därför också ha en utjämnande, »demokratisk« effekt. Fattigdom är hierarkisk, säger Beck, men vi drabbas alla av dålig luft och förorenat vatten. Individens riskposition kan därför inte alltid jämföras med dennes position i samhället. Beck drar samtidigt paralleller mellan riskers fördelning och människans så kallade statusöde. I detta öde ligger att vi föds och dör på samma punkt i den sociala hierarkin. På medeltiden var detta öde regel snarare än undantag. Idag finner vi dock åtskilliga exempel på

människor som gör så kallade »klassresor«, men merparten stannar fortfarande inom det sociala skikt de föds in i. På liknande sätt som vi förr hade ett givet statusöde har vi i dagens samhälle ett risköde, menar Beck. Det är därför inte konstigt att många människor när de ställs inför eller drabbas av risker känner ilska, maktlöshet och saknar framtidshopp. Denna ilska kan antingen komma till uttryck i en kritik mot staten eller hela den tekniska civilisationen, eller så tar individen sin tillflykt till cynism och likgiltighet.

Vad är en risk?

Riskbegreppet har ändrat mening under historiens gång. I det traditionella samhället uteslöts riskbegreppet människans inblandning och ansvar. Ansvaret tillskrevs istället högre makter eller ödet. Risker kopplades länge till både positiva och negativa konsekvenser, medan risker idag enbart handlar om icke önskvärda resultat (Lupton, 1999).

I dagens samhälle där vi är så fixerade vid att kontrollera våra liv och kroppar använder vi riskbegreppet många gånger för att förklara avvikelser från normen, olyckor eller skrämmande oönskade händelser. Riskbegreppet förutsätter idag ett individuellt ansvar och ett antagande om att människan kan, och kanske till och med bör, agera för att undvika risker.

En del risker uppfattas som kontroversiella i den meningen att de är normativa. Myndigheter definierar risker som allmänheten inte bara bör känna till och instämma i, utan som vi dessutom bör undvika genom vårt handlande. Vi bör exempelvis inte cykla utan hjälm, vi bör inte dricka alkohol, köra för fort eller röka och vi bör akta oss för övervikt. Vissa risker tycks dock vara mer negativt och normativt laddade än andra. Exempelvis betraktas en rökare i Sverige inte som en sämre människa på grund av sitt riskbeteende på det vis som en överviktig många gånger gör. Vi ser dock förändringar i attityder till rökare i många länder. I vissa delstater i USA finns en stark opinion mot rökning. Allt pekar på att vi är på väg i samma riktning i Sverige, med allt mer begränsade möjligheter för rökare att röka i offentliga lokaler, barer och restauranger.

En hel apparat av expertkunskap, forskning och rådgivning har utvecklats runt riskbegreppet. Vi talar om riskanalys, riskbestämning, riskhantering och inte minst riskkommunikation. Alla dessa är både viktiga forsknings-

områden och praktiker för att uppskatta och kontrollera risker gällande allt från industri till medicin och folkhälsa.

Två riskperspektiv

När risk ska definieras finns det två utgångspunkter representerade i litteraturen (Lidskog, Sandstedt & Sundqvist, 1997; Lupton, 1999).¹ Den ena utgångspunkten kallas objektivistisk. Mycket svensk riskforskning och riskkommunikationsforskning har bedrivits inom ramen för detta perspektiv. Som exempel kan nämnas den risk- och krisforskning som har finansierats av Styrelsen för psykologiskt försvar (SPF).² Den andra utgångspunkten är ett sociokulturellt eller socialkonstruktionistiskt perspektiv. En av de främsta företrädarna för det sociokulturella perspektivet är antropologen Mary Douglas med åtskilliga publikationer som behandlar risk och fara.

Det objektivistiska perspektivet är teknik- och naturvetenskapligt influerat, starkt påverkat av ingenjörskonst, statistik, kognitionspsykologi, epidemiologi och nationalekonomi. Inom detta perspektiv tudelas riskbegreppet i en objektiv och en subjektiv risk. Detta ställer sig socialkonstruktionisterna kritiska till, eftersom de menar att det finns inga risker i sig »där ute«. Alla risker är istället socialt konstruerade inne i samhället i den mellanmänskliga kommunikationen och sociala interaktionen. Forskare har inte per automatik monopol på att definiera risker, menar företrädare för det sociokulturella perspektivet. Vad som är en risk bestäms utifrån en given kulturs normer och rationaliteter. Risker utsätts hela tiden för omprövning i den kontinuerliga meningsskapande kommunikationsprocessen (Lidskog, m.fl., 1997; Lupton, 1999).

Den objektiva risken i det objektivistiska perspektivet utgår från kausalsamband, matematisk sannolikhets teori samt statistik för att beräkna det potentiella inträffandet av negativa konsekvenser. Risk definieras därmed som sannolikheten för att något inte önskvärt ska inträffa eller att något icke gynnsamt ska drabba en. Detta är den definition som mycket svensk riskforskning lutar sig mot (se t.ex. Flodin, 1993; Jarlbro, 1993; Nordlund, 1996; Jarlbro, Sandberg & Palm, 1997). Den objektiva risken likställs med faktisk risk och är oberoende av vår kunskap om den. Den subjektiva eller psykolo-

1. Jfr kroppen som biologi och kroppen som social konstruktion i kap. 1. Det finns en tydlig teoretisk konvergens mellan de två kroppsperspektiven och dessa två riskperspektiv.

2. SPF har på senare år omorganiserats och huvuddelen av forskningen fördes under 2002 över till en ny Krisberedskapsmyndighet (KBM).

giska risken innebär den uppfattning om risken som vi har oavsett vetenskapliga rön. Denna riskbedömning eller förståelse kan variera avsevärt mellan olika individer. Detta ställer i sin tur riskkommunikatörerna inför ständigt nya utmaningar (se t.ex. Jarlbro, 1993, 1999a).

Idén om det subjektiva implicerar existensen av något åtskilt objektivt. Enligt socialkonstruktionisterna är denna tudelning meningslös. Allt vi har att ta ställning till är uppfattningar. Risker finns bara i termer av kunskap om dem. Vet vi inte att något är riskfyllt så är det per definition riskfritt, menar exempelvis Beck (1992) och skriver därmed in sig i ett kulturellt eller socialkonstruktionistiskt riskperspektiv.

Min egen ståndpunkt, i fråga om risk, är varken renodlat objektivistisk eller socialkonstruktionistisk. Jag allierar mig med idén om att människors uppfattningar om risker är något som konstrueras, *dels* i kommunikationen med andra (interpersonellt) och med oss själva (intrapersonellt), *dels* utifrån egna eller medierade erfarenheter. Det innebär att det är viktigt att uppmärksamma inte bara individen utan också individens sociala kontext för att få en förståelse av människors riskupplevelser.

Risker är föränderliga. De kan omformas, förstoras, förminsas och dramatiseras och är på så vis öppna för social definition och konstruktion. Jag kan dock inte gå så långt som att hävda att en risk inte existerar bara för att jag personligen saknar kunskap om den. Även om jag saknar kunskap om en given risk kan den nämligen utgöra ett påtagligt hot för mig och min hälsa. Jag kan alltså inte blunda för verklighetens fakticitet. I denna avhandling är jag emellertid inte främst intresserad av objektiva riskdefinitioner. Mitt intresse är snarare de subjektiva och av individen konstruerade riskerna som ett givet medieutbud kan inspirera eller ge upphov till.

Forskning om subjektiv hälsorisk

Människors föreställningar och upplevelser av hälsorisker är viktiga att uppmärksamma, inte minst ur ett risk- eller hälsokommunikationsperspektiv. Den individuella riskuppfattningen antas ha stor betydelse för individens handlande. Det finns en omfattande internationell riskforskning. Jag har dock valt att här främst redogöra för svenska förhållanden.

Allmänhetens bedömning av olika hälsorisker har vid upprepade tillfällen under 1990-talet undersökts av medieforskaren Jarlbro, inom ramen för

den årliga Riks-som-undersökningen (Samhälle Opinion Massmedia) vid som-institutet, Göteborgs universitet (se t.ex. Jarlbro, 1995, 1997, 2000). En av de hälsorisker som respondenterna har tagit ställning till i undersökningen är just övervikt.

Jarlbro skiljer i dessa undersökningar på *personlig* och *allmän* risk. Det förra syftar på hur farlig en riskfaktor upplevs för den egna hälsan. Den allmänna riskupplevelsen är däremot tänkt att fånga en oro för kollektivet och mäta hur pass farlig individen anser en given risk vara för befolkningen i sin helhet. Allmänhetens bedömning av övervikt som risk för den personliga hälsan har under de undersökta åren 1993–1999 inte varierat nämnvärt. Materialet ger dock en svag fingervisning om att fler betraktar övervikt som en hälsorisk i de senare undersökningarna jämfört med första mättilfället 1993. I den allra senaste mätningen ansåg dock endast 13 procent av respondenterna (totalt ca 2 000) att övervikt var en stor eller mycket stor risk för deras personliga liv och hälsa (Jarlbro, 2000). Resultatet är intressant med tanke på att mer än en tredjedel av den vuxna befolkningen är överviktig (Socialstyrelsen, 2001; SCB, 2002). Om den inre mentala världen exakt reflekterade den yttre fysiska världen kunde man förvänta sig att dessa proportioner skulle vara identiska, så är dock inte fallet. Eftersom vi vet att övervikt är mer vanligt förekommande bland lågutbildade än högutbildade kunde man också förvänta sig att respondenternas riskuppfattningar skulle visa på socioekonomiska skillnader. Detta faktum märks dock inte heller i respondenternas riskbedömningar, skriver Jarlbro (2000). De individer som statistiskt sett är mer drabbade av övervikt oroar sig inte mer för övervikt än de mindre drabbade grupperna. Undersökningen visade också att män generellt tycks undervärdera de hälsorisker som de facto kan drabba dem.

Av de femton undersökta hälsoriskerna hamnar övervikt först på en tionde plats. Allra farligast för den personliga hälsan upplevs kemikalier i livsmedel, allergier och trafikolyckor vara. Minst farligt är aids, narkotika och alkohol (Jarlbro, 2000). Viktigt att notera är att allmänheten tenderar att uppskatta hälsorisker som betydligt större för *andra* (allmän risk) än för sig själva (personlig risk), vilket bland annat brukar förklaras med graden av kontroll. Självklart drabbar sjukdom och ohälsa inte mig utan andra, resonerar individen, och immuniserar på så vis sig själv.

Narkotika och rökning är de hälsorisker som flest anser är mycket farliga för svenska folkets hälsa. Övervikt hamnar i denna riskbedömningskategori

på en femte plats. Att säga att övervikt är en stor risk för andras hälsa, kan också vara ett sätt att uttrycka en värdering. Övervikt accepteras inte i den sociala kontext individen befinner sig i. Jarlbros hälsoriskundersökningar kan därför sägas mäta inte bara individers riskupplevelser, utan också opinioner om risker – vad som accepteras i ett givet samhälle (1999b).

Varför är det svårt att påverka människors riskuppfattningar?

Det finns en mängd omständigheter att ta hänsyn till i riskkommunikationen och ett antal faktorer som har betydelse för hur människor tänker kring och upplever risker. Riskkommunikatören måste vara väl förtrogen med dessa för att kunna planera och framgångsrikt driva kommunikationsprocesser.

Risikforskningen har visat på flera sociodemografiska skillnader när det gäller allmänhetens riskupplevelser. Studier pekar bland annat på att äldre i större utsträckning än yngre negligerar risker. Forskningsresultaten är dock inte entydiga på denna punkt för det finns även de som visar att unga människor i större utsträckning än äldre personer negligerar risker. Resultatet har förklarats med unga människors tendens att se sig som oövervinnliga och osårbara. Forskare har dock konstaterat att kvinnor i större utsträckning än män oroar sig, särskilt för teknologiska risker. Man har också kommit fram till att lågutbildade och låginkomsttagare bekymrar sig i större utsträckning än högutbildade och höginkomsttagare (Jarlbros, 1993; Nordlund, 1994). Av betydelse för individens attityd till risker är också tidsfaktorn (Allan, 2002). Människor är i stor utsträckning här och nu-orienterade. Hälsorisker vars konsekvenser är diffusa och avlägsna upplevs därför många gånger som mindre oroande och svårare att acceptera än mer kortsiktiga risker med direkt effekt.

Självklart har även individens faktiska erfarenhet av risker stor betydelse för riskuppfattningen, men stor relevans har också riskens tillgänglighet, det vill säga hur lätt man kommer att associera till eller att tänka på en given risk. Medierna anses här ha en väsentlig roll. Medierna föredrar som vi vet det dramatiska och sensationella framför vardagliga händelser. Detta har bland annat lett till att allmänheten övervärderar sannolikheten för dramatiska faror och ovanliga risker med drastiska konsekvenser, samtidigt som den undervärderar vanligare och mer potentiella risker (Jarlbros, 1993; Nordlund, 1994).

Av betydelse för hur individen upplever risker är också i vilken utsträckning individen frivilligt eller ofrivilligt exponerar sig för risken. Somliga individer är pessimistiska av naturen, andra är optimistiska i sin riskbedömning. Det ligger därför på riskkommunikatören att försöka uppnå en balanserad och realistisk riskuppfattning hos allmänheten samt informera densamme om olika lösningar för att reducera den osäkerhet och oro som riskerna medför. Men människor tar emot, bearbetar, tolkar, avvisar, förstår och kommer ihåg information mycket olika. Sändaren har därför en mängd olika behov, förutsättningar, förväntningar och intressen att ta hänsyn till, vilket gör riskkommunikationen mycket komplex.

En grundläggande förutsättning för framgångsrik kommunikation, oavsett kommunikationens syfte, är att sändaren har eller skaffar sig god kunskap om dem han eller hon avser kommunicera med (Palm, 1994; Palm & Hedin, 2001). Flera undersökningar har dock visat att riskkommunikatören tyvärr ofta brister på denna punkt (Nordlund, 1994). Många gånger utgår sändaren från att allmänheten har kunskaper inom mycket varierande områden och en kompetens likvärdig den egna. Så är dessvärre sällan fallet och därför uppstår ofta problem i riskkommunikationen. Det har exempelvis visat sig att experter och lekmän bedömer risker mycket olika och har olika referensramar. Jarlbro (1993) beskriver det som att experter och lekmän »talar olika språk«. Specialisten gör sålunda en riskbedömning baserad på sannolikhetsberäkningar och tillgänglig statistik, medan allmänheten gör en mer känslomässig bedömning utifrån sin egen situation och vardag. Allmänheten förväntar sig inte bara begriplig information, utan även absolut och säkerställd kunskap om risken samt tydliga anvisningar och råd, vilket inte alltid kan ges. Expertisen resonerar alltså vanligtvis i makrosociologiska termer medan den enskilde individen har ett intresse för den mikrosociologiska nivån (jfr Boyne, 2003: 108). Det är därför viktigt att en risk alltid sätts in i ett för individen relevant och begripligt sammanhang. En i medierna rapporterad »dramatiskt ökad risk« kan i själva verket visa sig vara nästintill obetydlig vid en jämförelse med andra risker som individen utsätts för (jfr exemplet om hajattacker i Allan, 2002: 89 f).¹ Om individen inte förstår experternas riskbedömningar får det självklart negativa konsekvenser för hennes möjlighet att fatta beslut om riskreducerande åtgärder.

Mediernas roll i risksamhället

Många av dagens risker, till exempel det allt tunnare ozonlagret, är så svåra att märka att det krävs vetenskapens känselspröt för att fånga upp dem och ringa in dem. Vi saknar ofta kunskap om och har sällan kontroll över de risker vi omges av. Utvecklingen av risksamhället har fört med sig att vi i allt större utsträckning lagt våra liv i händerna på specialister, politiker och samhällsinstitutioner. Vi är därmed i stor utsträckning beroende av olika expertsystem och forskningsinstitutioner. Medborgaren befinner sig till följd härav i ett slags dilemma som informationsmottagare. Vem definierar riskerna för oss? Vem pekar ut och tydliggör riskerna? Vem förklarar deras faktiska innebörd och konsekvenser? Vem lär oss medborgare hur vi ska skydda oss och motiverar oss till att vilja ta del av information om de risker och hot som omger oss?

Trots att Beck inte har så mycket att säga om medierna är risksamhället identiskt med mediasamhället. När vi väl lämnat grundskolan är medierna den främsta källan för information om vetenskap, forskning och teknisk utveckling (Allan, 2002). Vetenskapens monopol på att definiera risker har dock sen länge upphört. Det finns alltid stridande viljor och intressen i konflikt hos senmodernitetens aktörer och intressegrupper. Detta banar väg för att det ska uppstå konflikter mellan de som producerar riskdefinitioner och de som förväntas konsumera desamma (Beck, 1992).

Journalistikens uppdrag

Medierna utgör idag den viktigaste aktören för allmänheten när det gäller att identifiera, definiera, varna för, alarmera och upplysa om risker. Huruvida medierna fullgör denna roll på ett ansvarsfullt sätt är dock omtvistat och det finns därför anledning att diskutera det så kallade uppdraget.

Om journalistiken har ett uppdrag eller inte har stötts och blötts i en mängd texter och sammanhang (se t.ex. Hultén, 1993; Lindblom-Hulthén, 2000a; Rosenberg, 2000). Diskussionen kan tyckas både överflödigt och

1. Under år 2001 blev ett antal simmare attackerade av hajar längs USA:s västkust. Detta blev snabbt förstasidesnyheter. Trots att det handlade om enstaka isolerade händelser varnade man i medierna för en dramatiskt ökad risk att simma i havet. Rapporteringen gav uppfattningen att en »våg« av hajattacker startat. En senare undersökning visade att under perioden 1990–1997 hade 28 barn dött av fallande teveapparater, vilket var fyra gånger så många som antalet människor dödade av vithajar under hela 1900-talet. Det bedömdes därför vara farligare att titta på »Hajen« på teve än att simma i havet. Exemplet visar på vikten av att sätta riskbedömningar och varningar i ett sammanhang för att inte vilseleda och skapa onödigt oro hos allmänheten.

överspelad vid det här laget. Inte desto mindre är den relevant eftersom den genererar frågor om *ansvar*. Finns det ett offentligt uppdrag har journalistkåren också ett ansvar att uppfylla det. Föreligger inget uppdrag går den fri från ansvar, så länge den journalistiska produkten ligger inom lagens ramar och de pressetiska principerna (Falkheimer & Leijonhufvud, 2002).

Public service-mediernas verksamhet är statligt reglerad. Det innebär också att de har ett tydligt samhälleligt uppdrag. Den privatägda dagspressen har dock inte ett sådant artikulert uppdrag, även om svenska folket i viss mån upplever det så. Vad dagspressen däremot har är ett *demokratiskt ideal* att leva upp till, där allmänheten eller medborgarna kan betraktas som pressens ideologiska uppdragsgivare. Därtill har pressen ägare, finansärer och annonsörer att ta hänsyn till i sin verksamhet. Dessa kan också betraktas som uppdragsgivare om än av ett helt annat slag.

En fungerande demokrati förutsätter en demokratisk infrastruktur. I denna infrastruktur har medierna en avgörande roll. Detta understryks till exempel i mycket av den forskning som Styrelsen för psykologiskt försvar har bedrivit och som vilar på en enkel teoretisk modell i form av en liksidig triangel. Modellen belyser villkoren för ett väl fungerande demokratiskt system i termer av öppen och förtroendefull kommunikation mellan massmedier, myndigheter och medborgare (Nordlund, 1994). Medie- och journalistikforskaren Palm uttrycker det på följande sätt:

Den moderna demokratin är en medierad demokrati, den förutsätter medier både som möjligheter till information och som möjligheter att uttrycka sig. (Palm, 2002: 43)

I bästa fall kan dagstidningar fylla en demokratisk funktion genom att informera medborgare om viktiga samhällsfrågor, händelser och omständigheter. Dagspressen är dock inte bara en viktig *aktör* och informationskälla, utan också en *arena*, ett »åsikstorg«, i det att den utgör en plattform för olika individer och grupper som vill bilda opinioner (Petersson & Carlberg, 1990). Även om dagspressen eller nyhetsjournalistiken inte har ett formellt uppdrag (à la public service), så har de genom sin stora närvaro och delaktighet i människors vardagsliv ett uppdrag visavi läsarna. Petersson och Carlberg skriver att medborgaren ger journalisten, genom sitt dagliga köp av en tidning, ett uppdrag att granska makten och ta fram information som hon själv inte kan få fram. Journalisten är därmed medborgarens verktyg. Det handlar alltså om att tillfredsställa grundläggande behov av trygghet och

handlingsberedskap. Allmänhetens rätt att få veta saker och ting ger den professionella journalistiken en licens och legitimitet att gräva (Rosenberg, 2000). Dagspressen har därför en mycket viktig roll när det gäller att på ett relevant, vederhäftigt och nyanserat sätt behandla, genomlysna och begrippliggöra bland annat sådant som berör människors hälsa och välbefinnande. Övervikt är bara en dimension av det som kan inkluderas häri. En demokrati förutsätter nämligen inte bara informerade och resonerande medborgare – för att fungera krävs även *friska medborgare*.

Dilemman i riskrapporteringen

Forskningen har visat att journalistrollen har gått från ett passivt, neutralt speglande ideal till ett aktivt, berättande och granskande ideal (Windahl, 1975; Melin-Higgins, 1996; Nord, 2000), där journalisterna inte längre nöjer sig med att sitta på åskådarplats, utan vill vara med och förändra världen. I och med att de gör sig till allmänhetens »gode man« påtar de sig också ett stort ansvar. Även om den kritiskt granskande journalistrollen eftersträvas så har studier (Ekström & Nohrstedt, 1996) visat att ytterst lite av dagens nyhetsjournalistik ägnas åt kritisk granskning. En anledning härtill är att den granskande journalistiken är både tidskrävande och kostsam. Nyhetsjournalistik har istället allt mer kommit att handla om att så snabbt, billigt och enkelt som möjligt producera texter som lockar mesta möjliga antal läsare.

Flodin (1993) är en av dem som är kritisk till mediernas riskrapportering. Han menar att mediernas rapportering snarare förstärker existerande fördomar än bidrar till förändrade värderingar och ändrade riskuppfattningar hos allmänheten. Detta förklaras dels av att journalisterna fokuserar på de mänskliga aspekterna på bekostnad av de mer risktekniska, dels av att ytterst få journalister idag har en erforderlig vetenskaplig kompetens för att göra experternas uttalanden och komplexa frågor begripliga för en bred allmänhet. Detta kan i förlängningen leda till att journalistkåren snarare fungerar som forskarsamhällets och expertisens megafon, istället för dess kritiske granskare. Det finns en klar fara i att journalisten inte alltid kan ställa nödvändiga frågor till expertisen för att granska och värdera forskningsresultat. Även den gode vetenskapsmannen har nämligen ofta en egen agenda och egna syften att bevaka. Det kan handla om att främja sin ställning i forskarsamhället, få bekräftelse och uppmärksamhet eller helt enkelt göra

profit på sin forskning. En rädsla för att förlora forskningsmedel eller ett behov av att visa upp resultat för att få ny finansiering kan också färga av sig på och otillbörligt påverka forskarens bedömningar och utsagor.

Boyne (2003) kritiserar också mediernas riskrapportering för att vara bristfällig. Medierna kan möjligen ha en viktig roll när det gäller att introducera nya risker för allmänheten, men riskrapporteringen är i sin helhet opålitlig och okritisk. Mediernas roll underlättas inte heller av det faktum att det ofta finns flera olika aktörer och specialister med olika åsikter i samma fråga.¹

Ytterligare ett dilemma av betydelse då vetenskapliga rön ska omsättas till journalistik är den avvägning journalisten måste göra ifråga om läsarens förståelse respektive förströelse (Nohrstedt & Nordlund, 1993). Journalisterna betraktar vetenskapliga rön och riskrapporter i termer av nyhetsvärde. Journalistens strävan är att beskriva och berätta om relevanta och intressanta händelser för en så stor publik som möjligt. Detta görs i enlighet med de rådande redaktionella villkoren och den medielogik (se nedan) som gäller för respektive medium. Dramaturgin väcker intresse och ger läsaren en upplevelse. Mediernas krav på snabbhet i nyhetsproduktionen, förenkling och tillspetsning kan dock gå ut över läsarens förståelse och kunskap (jfr Jarlbro, 2001).

Risker rymmer i sig själva en dramaturgi och spänning eftersom det handlar om att måla upp en hotbild. Detta gör att mediernas rapportering om risker ibland blir överdrivna/-dramatiserade i deras strävan efter att göra bra nyheter. Ett sådant exempel är Livsmedelsverkets larm våren 2002. Larmet handlade om riskerna för frigörandet av akrylamid vid upphettningen av vissa livsmedel. Framförallt utpekades potatiships och pommes frites som farliga produkter. I medierna talades det om »cancerlarm«, »förgiftad mat« och »mördarchips« med ett omedelbart ras i försäljningen av chips och andra potatisprodukter. Det visade sig dock att individen måste äta: »75 kilo lättsaltade OLW chips. 375 påsar. Varje dag. I tjugo år förmodligen...« eller »... mer än tre ton knäckebröd om dagen« för att få i sig skadliga mängder akrylamid (Ravnskog, 2002). Att hitta en balans mellan en pedagogisk och underhållande ansats i riskrapporteringen är en grannlag uppgift för både vetenskaps- och allmänjournalister.

1. Lika väl som det är viktigt att återge denna mångfald och komplexitet är det betydelsefullt att kunna förenkla och förtydliga den mest centrala informationen för läsaren.

Journalistrollen är full av svåra överväganden om vi ser till de krav som ställs och de förväntningar som finns i relation till de villkor journalister idag arbetar efter (Ekström & Nohrstedt, 1996; Hultén, 1999). Det råder således en stor *klyfta mellan ideal och verklighet*, eller med Palms (2002: 73) ord: »... mellan den goda journalistiken och möjligheten att bedriva den«. Marknadskrafterna beskylls ofta för denna klyfta.

Det ekonomiska imperativet

Flera faktorer är av betydelse för medieutbudets iscensättning: individuella, institutionella, redaktionella och inte minst ekonomiska betingelser och förutsättningar. Flera författare ägnar dessa villkor stor uppmärksamhet (se t. ex. Hultén, 1993; McQuail, 1994; Ekström & Nohrstedt, 1996; Hultén, 1999; Rosenberg, 2000). Jag kommer dock bara att kort uppehålla mig vid marknadskrafterna – det ekonomiska imperativet.

I nyhetsrummet¹ verkar två logiker samtidigt – den publicistiska och den ekonomiska logiken. Den förra har dock förlorat mark till den senare, och vi har fått vad McManus (1994) kallar en *marknadsdriven journalistik*, där tidningarnas försäljningsstatistik blir allt viktigare till det journalistiska innehållets förfång. Hänsynstagande till investerare, ägare och annonsörer medför att nyhetsproduktionen styrs mot etablerade och medievana källor som snabbt kan förse företaget med lämplig och lättsmält information som lockar en stor läsekrets. Petersson och Carlberg (1990: 126) kallar detta för »källornas tyranni«. Målsättningen att maximera profiten genom att få en så stor publik som möjligt medför också att utbudet standardiseras och trivialiseras för att inte riskera att stöta bort någon. Man håller fast vid kända och beprövade koncept, vilket i sin tur för med sig en homogenisering av innehållet.

En annan konsekvens av det ekonomiska imperativet är hybridisering. Gränsen mellan nyhetsjournalistik och underhållning suddas ut och nya genrer uppstår. Fakta får fiktionens glättiga framställningsform och journalistiken riskerar att reduceras till ett nöjesfält. Kommersialiseringen av utbudet har också inneburit en ökad användning av dramatisering och sensationalism, en ökad »snuttifiering« – snabba, korta, enkla och ytliga utspel i ett

1. I begreppet »nyhetsrum« (Hultén, 1999) ryms hela *nyhetsföretaget*, såväl yttre synliga produktionsprocesser, som inre, osynliga och svärfångade sammanhang. Hit hör t. ex. organisationsstruktur och makthierarkier, arbetssituationen, ledarskapet, redaktionens sammansättning, fasta arbetsmetoder och rutiner, användandet av mallar, redaktionella normer och kulturer, ekonomi m. m.

ständigt nyhetsflöde, även kallad »MTV-sjukan« – fikionalisering (vilket innebär att nyheter får en följetongskarakter), personifiering (dvs. fokus på personer inte sakförhållanden) och ett ständigt sökande efter motsättningar och konflikter (polarisering) (se t.ex. Petersson & Carlberg, 1990: 95 ff).

Mediernas kommersialisering behöver dock inte bara vara av ondo, menar Ekström och Nohrstedt (1996). Det ekonomiska imperativet kan såväl medföra ökad mångfald och allsidighet som ensidighet och ytlighet. Bildning står inte heller per definition i motsättning till underhållning. Inom exempelvis hälsoområdet är så kallad »edutainment«, en kombination av »education« och »entertainment« ett framgångsrikt kommunikationskoncept, i synnerhet i tredje världens utvecklingsländer (Singhal & Rogers, 1989; Nariman, 1993; Singhal & Rogers, 2001). Detta skulle kunna tala för att även om viss journalistik, till exempel kvällstidningsjournalistik, anses mindre seriös och alltför populariserad så kan deras budskap om kropp och hälsa (övervikt) få en större spridning, kanske även genomslag, just på grund av det underhållande formatet. Det måste dock finnas en kärna i journalistiken som är både seriös och användbar för den enskilde individens kroppsprojekt, hälsobeteende och riskundvikande.

Risker är ett väsentligt inslag i våra liv och vi måste lära oss att hantera dem. Vi har de senaste åren fått vänja oss vid upprepade varningar och larm i medierna (se t.ex. Östberg, 2003). De återkommande varningarna riskerar att göra oss avtrubbade istället för alerta (jfr Nohrstedt & Nordlund, 1993) – anropet förlorar sitt kommunikativa värde. I denna alarmeringshysteri glömmer journalisterna nämligen bort att också slå av larmen och blåsa »faran är över.«

Mediernas riskrapportering har blivit allt mer likriktad. Trots att risker är olika så presenteras de i samma format, med liknande anslag och snarlika ordval och rubriker. Den allt mer rutinmässiga riskrapporteringen kan ses som ett led i »varufieringen« av risker. Jag vill påstå att idag kan risker, på samma sätt som kroppar, betraktas som en kommersiell produkt; en produkt som såväl medieaktörer som andra »hotbildsprofitörer« (t.ex. livsmedels- och läkemedelsproducenter) kan omsätta på en given marknad.

Mediernas dagordningsfunktion

Att våra idéer, attityder och föreställningar om risker i stor utsträckning bestäms av den kunskap och de »signaler« som medierna och det övriga

omgivande samhället ger ifrån sig, är en viktig utgångspunkt för hälso- och riskkommunikatörer.¹ Medierna utgör en bred plattform för samtal med medborgare om sådant som berör deras hälsa. Medieutbudet kan vara både tvetydigt och motsägelsefullt, men likväl utgår individen från att om ett visst ämne (t.ex. övervikt) hamnar på medieagendan så är det per automatik viktigt och av betydelse för individens liv och hälsa (Nordlund, 1996). Denna verkan hos medierna förklaras med hjälp av teorin om agenda-setting.

Det var masskommunikationsforskarna McCombs och Shaw, som ursprungligen myntade termen »agenda-setting«, i en artikel publicerad i *The Public Opinion Quarterly*, under tidigt 1970-tal. I artikeln beskriver de den numera berömda Chapel Hill-studien, en undersökning om mediernas betydelse för allmänhetens bedömningar av olika sakfrågors relevans, i samband med presidentkampanjen i USA, 1968 (McCombs & Shaw, 1995). Mediernas dagordningsfunktion har därefter undersökts i ett stort antal studier och är vid det här laget något av »common sense« inom medieforskningen. Enligt agenda-setting-modellen får individen genom sin mediekonsumtion inte bara information i en given sakfråga, utan hon lär sig också vilken betydelse hon ska tillmäta olika ämnen och frågor utifrån hur ofta ett ämne förekommer och hur mycket utrymme ämnet får i medierna (Dearing & Rogers, 1996). Överfört till avhandlingens sammanhang innebär det att vi upplever hälsorisker som omtalas ofta och får mycket utrymme i medierna som viktigare, kanske även mer oroväckande och alarmerande jämfört med dem som förekommer sällan och får mindre utrymme.

Ett ämnes förekomst i medierna brukar omtalas som första nivåns agenda-setting (se t.ex. First, 2002). Det finns även en andra nivåns agenda-setting, vilken har att göra med kvaliteter istället för kvantiteter. Andra nivåns agenda-setting handlar om hur ett givet ämne gestaltas eller representeras, vilka attribut och egenskaper som används i framställning. Man kan också benämna fenomenet för »framing« (jfr Palm, 2002):

Framing is the subtle selection of certain aspects of an issue by the media to make them more important and thus to emphasize a particular cause of some phenomenon... Frames are one means through which a particular meaning is given to an issue. (Dearing & Rogers, 1996: 63 f)

1. Med hälso- och riskkommunikatör avser jag här först och främst de som professionellt arbetar med hälso-/riskkommunikation inom vård-, hälsoorganisation eller myndighet.

Medierna sätter på detta sätt ramarna för våra verklighetsuppfattningar. Dels gestaltar de valda delar av verkligheten (genom olika urvalsprocesser och nyhetsvärderingsprinciper), dels skapar de genom användandet av olika »frames« (val av perspektiv/vinkling) en för givet tagen ordning, som gång efter annan tenderar att upprepas och så småningom förvandlas till norm. Eftersom medierna både definierar problemen och tillhandahåller dess lösningar upplever vi till slut mediernas verklighetsbeskrivningar som tingens ordning. På så vis reproduceras också vissa föreställningar, könsordningar, fördomar och stereotypa beskrivningar av människor. Att invandrare, arbetarklass och äldre människor ofta osynliggörs i medierna är ett resultat av dessa så kallade framing-processer, liksom att mediernas hjältar vanligtvis är män, och att invandrarflickor framställs som offer medan invandrarpojkar är förövare (Brune, 2000; Edström, 2000). Frames kan också liknas vid en slags kognitiva scheman med betydelse för individens tolkning och informationsbearbetning. Framing kan därtill relateras till de organisatoriska processer som gör att medierna väljer att definiera och vinkla ett problem på ett visst sätt och har därmed paralleller till medielogik (se nedan).

Massmedierna påverkar genom sin dagordningsfunktion inte bara samtalsagendan (vad allmänheten samtalar om), utan de kan också styra våra uppfattningar i en fråga i en viss riktning, beroende på hur frågan paketeras och serveras. Medierna har dessutom en viktig politisk betydelse. De kan nämligen påverka den så kallade policy agendan, eller den politiska dagordningen, genom att föra fram vissa frågor och samhällsproblem. I och med det kan medierna indirekt också ha betydelse för forskningsagendan¹ (»science agenda«) och i förlängningen påverka resurstilldelningen till olika forskningsområden.²

Medieinstitutionerna har ofta direkt inflytande på politiska processer och beslutsfattande. Medierna har dessutom en indirekt verkan via sitt inflytan-

1. De olika agendorna tycks påverka varandra olika från fall till fall. Forskning visar på olika resultat när det gäller sambandens riktning och styrka (se t.ex. Rogers, Dearing & Chang, 1991). Sålunda kan forskningsagendan påverka medieagendan, men också den politiska agendan. Medieagendan kan i sin tur ha betydelse för både den politiska agendan och forskningsagendan.

2. Ett exempel på detta är det s.k. akrylamidlarvet i de svenska medierna, maj 2002, som gav eko inom forskarvärlden på en global nivå. De svenska forskningsresultaten om akrylamid i livsmedel konfirmerades snabbt av internationella analyser och världen över initierades forskning för att fylla de kunskapsluckor som identifierats. Ett drygt år senare hade man genom en intensiv forskning fått fram detaljerad kunskap och livsmedelsindustrin har nu lyckats reducera akrylamidhalten i de aktuella livsmedlena (Busk, 2003; Holmgren, 2003).

de på allmänhetens samtalsagenda. Politiker och statliga tjänstemän betraktar rapporteringens omfattning som ett tecken på hur stort allmänhetens intresse är för en viss fråga. De ämnen som ges stort medialt utrymme antas därför av politikerna som mer angelägna att åtgärda. På så vis härleder politiker den allmänna opinionen ur mediernas rapportering (Dearing & Rogers, 1996). Mediernas möjlighet att påverka samhällsutvecklingen skall därför inte underskattas. Det tidigare opolitiska kan bli politiskt vare sig det handlar om kroppen, vårt utseende eller vår vikt. Övervikt kan därmed också bli politiskt sprängstoff.

Medielogik

Ett centralt begrepp för att vi ska förstå inte bara den senmoderna nyhetsjournalistikens konstruktion utan medierna i stort, som en social kraft i samhället, är – medielogik. Medielogik är något som först och främst hör till medieinstitutionen och den journalistiska praktiken. Medielogik kan förstås *dels* som ett framställningssätt – journalisternas kollektiva berättande –, *dels* ett sätt för journalisterna att tolka verkligheten på.

Altheide och Snow (1979) var de som myntade och först använde termen medielogik. De definierar medielogik enligt följande:

Media logic consists of a form of communication; the process through which media present and transmit information. Elements of this form include various media and the formats used by these media. [...] Format becomes a framework or a perspective that is used to present as well as interpret phenomena. (a.a.: 10)

Medielogiken uppstår i och formas av mediernas produktionsprocesser och villkor. Dessa skapar förutsättningarna för en viss berättarlogik. Hadenius och Weibull (1999) urskiljer fyra komponenter i medielogiken:

- Dramaturgi – principer för att fånga och behålla uppmärksamhet
- Format – hur väl en nyhet passar in i ett mediums arbetsformer
- Arbetsrutiner – hur väl nyheter passar in i mediernas rutiner
- Arbetsmetoder – arbetslogiken inom medierna.

Till dessa fyra kan läggas ytterligare två (Pettersson & Carlberg, 1990):

- Mediernas tekniska egenskaper och
- Speciella journalistiska genrer (t.ex. nyheter kontra reportage).

Dessa komponenter sätter tillsammans med de ekonomiska villkoren ramarna för vad som realiserar i journalistiken.

Teorin om mediernas logik handlar om hur mediernas innehåll formas snarare utifrån deras egen »grammatik« än verkligheten.¹ Denna grammatik eller formatmall kan beskrivas som mediernas sätt att organisera material, deras stil och formspråk, deras fokus eller tyngdpunkt på vissa egenskaper, beteenden och handlingar framför andra (Altheide & Snow, 1979; McQuail, 1994). Medierna har utvecklat särskilda tekniker för att anpassa verkligheten till detta format. Till dessa tekniker hör till exempel tillspetsning, förenkling, polarisering, intensifiering, personifiering och användande av stereotyper (Strömbäck, 2002).

Kunskap om och förståelse av medielogiken ligger till grund för vår förståelse av medierna och medieutbudet. Medielogiken har dock även konsekvenser för andra områden och för andra samhälleliga institutioner än medierna. Institutioner som inte är mediearenor anammar nämligen medielogiken och blir en slags andra ordningens medieinstitutioner. Detta brukar omtalas i termer av samhällets *medialisering*. En analys av samhället bör därför alltid omfatta också en medieanalys.

Medieverklighet

Medielogikens verkan sträcker sig långt över de massmedierade kommunikationsprocesser medborgarna införlivas i. Dess verkan och format når i princip alla slags institutioner och kulturella evenemang (egentligen allt kulturellt innehåll) till exempel idrottsvärlden, nöjesbranschen, kyrkan, den offentliga och politiska sfären. Tydliga exempel på detta ser vi i präster och idrottsmän som blir mediestjärnor. Sportevenemang som styrs av bästa sändningstider på teve och annonsörer. Val av arenor, kringarrangemang, spelens gång och avbrott, läktarkultur och publikdeltagande ordnas för att passa in i lämpligt medieformat. Idrott har blivit teveunderhållning snarare än en lokal eller nationell angelägenhet. Svenska kyrkan profilerar sig i helsidesannonser som ett varumärke och klär sina religiösa budskap i reklamens retorik och språkdräkt. Guds ord har blivit »teveevangelium« och dansband

1. Att medieutbudet kan iscensättas ingår i medielogikens idé. En konsekvens av medielogiken är att medieutbudet likställs med konstruktioner. Exempelvis utformas nyheter om övervikt för att passa in i ett givet medieformat och i en specifik arbetsprocess. Tidningsinnehåll planeras liksom annat utbud långt innan det publiceras, vilket innebär att nyheter många gånger inte är så dagsfärska och »nya« händelser som man lätt tror.

och annan populärmusik gör sitt intåg i gudstjänstordningen och skapar därmed nya former för religionsutövning. Politikernas utseende och synlighet i medierna ges större vikt än de ideologiska budskapen, och myndigheters verksamhet anpassas till Internetportaler och webbsidesformat. Nästan allt kan definieras i termer av medielogik. Inte för att medierna alltid dikterar villkoren för resten av samhället, utan för att interaktionen mellan medierna och det omgivande samhället och dess medlemmar är så omfattande och djupgående (Altheide & Snow, 1979; Petersson & Carlberg, 1990; Altheide & Snow, 1991; McQuail, 1994; Thompson, 1995). Medielogikens konsekvenser kan därmed också beskrivas som en *mediekultur*: »social reality is constituted, recognized and celebrated with media« (Altheide & Snow, 1979: 12).

Genom att individen får en förtrogenhet med medierna och medielogiken utvecklar hon ett medvetande som i sin tur har betydelse för hur hon upplever, definierar och hanterar omgivningen. Mycket av den kunskap som skapas i vårt samhälle är ett resultat av detta mediemedvetande. Den brittiske sociologen Thompson (1995: 227 f) kallar denna kunskap för medierad erfarenhet (»mediated experience«), vilken han ställer mot den egenupplevda erfarenheten (»lived experience«), vilken tycks få en allt mindre roll i det senmoderna samhället. Den medierade erfarenheten kan ibland till och med vara svår att särskilja från den egenupplevda. Medierna har blivit vår främsta erfarenhetsbank. De är det kulturella och sociala livets villkor.

Ju viktigare den medierade erfarenheten är för oss desto viktigare är det att mediet integreras i individens vardagsliv och blir en rutin i det dagliga schemat. Dagstidningsläsningen är ett tydligt sådant exempel. Många är de som kan vittna om hur en utebliven morgontidning rubbar hela dagens aktiviteter och bringar individen ur fattningen. Dagstidningsläsandet är ett mycket viktigt inslag i många svenskars liv. Morgontidningen är det medium som inte bara öppnar dagen, utan också våra ögon för ett första möte med verkligheten.

Samtida samhällsteoretiker (t.ex. Thompson, 1995) menar att vi idag varken kan tänka oss identitet eller verklighetsuppfattning utan att först reflektera över de medierade erfarenheternas betydelse. Vad innebär detta konkret? Jo, att när jag exempelvis möter en överviktig man, kanske på väg hem efter jobbet, på sin cykel med svetten lackande i pannan, så varseblir jag inte bara honom utan med honom upplever jag samtidigt olika medierade erfarenheter – en ström av medierade ord, ljud och bilder. Jag ser till exempel Sydsvenska Dagbladets artikel med Socialstyrelsens senaste överviktsstatis-

tik. Jag ser stora mörka rubriker med varningar om den ökade andelen feta barn i befolkningen. Jag ser teveprogrammet *Gravida balleriner* framför mig – runda höggravida balettdansöser, som sin »tjockhet« till trots rör sig graciöst som älvor – i kontrast till den amerikanska filmen *Seven*, i vilken en fet man tvingas äta tills magsäcken spricker och han dör. I bakgrunden hör jag ekot av »fetmadoktorn« Stephan Rössner, när han i radion talar om Huddinge sjukhus överviktsbehandling och behovet av fler vårdplatser. Rikskändisen Bantar-Björn flimrar förbi, medan Rikki Lakes färgade, kraftigt överviktiga studiogäster buar ut en kvinna, som offentligt har biktat sig efter en otrohetsaffär. Detta är ett exempel på det medialiserade samhället och den mediekultur vi lever i, där medierna tillhandahåller ramarna (logiken) för vår varseblivning och tolkning av verkligheten. I denna mediemo-saik är dagstidningarna en viktig ingrediens.

Bild kontra ord

I avsnittet ovan blir det tydligt att den medierade *bilden* är viktig. Det finns de som menar att bildkommunikation nästan har trängt undan det skrivna ordet. Andra hävdar att den digitala utvecklingen snarare lett till den skriftliga textens renässans. Jag skulle vilja påstå att bildkommunikation har en allt större del av den totala kommunikationen i samhället, men ordet eller texten har till syvende och sist en annan status och legitimitet än bilden. Jag menar inte att ordet ska ersätta bilden eller vice versa. De är olika kommunikationsformer och viktiga komplement till varandra, men de tjänar olika syften. Bilder är mycket mer associativa och är därför, i större utsträckning än text, öppna för tolkning, vilket exempelvis reklamproducenterna utnyttjar.

I förra kapitlet presenterades forskning som visade på reklamens betydelse ifråga om förmedling av kropps- och skönhetsideal. Bilder av andra kroppar har naturligtvis en betydelse för vår syn på vår egen kropp och vårt kroppsprojekt. Samtidigt vet vi att individers förtroende för reklamens budskap är lågt och många är kritiska inte minst till tevereklam. Dagspressen tillmäts däremot ett stort förtroende (se t. ex. Weibull, 2003) och har därigenom större möjlighet att nå fram till läsaren med information om kropp och hälsa. I dagspressen härskar fortfarande ordet.

Förtroende kan sägas vara journalistens viktigaste kapital i sin yrkesutövning. Individens förtroende eller tillit till ett medium påverkas av dess förmåga att minska individens osäkerhet i ett komplext och föränderligt

samhälle. Det finns sålunda ett ömsesidigt beroende mellan medierna och allmänheten. Medierna måste ha allmänhetens förtroende för att behålla sin publik. Allmänheten är samtidigt beroende av medierna för att orientera sig i en riskfylld och många gånger osäker värld. Allmänhetens förtroende för medierna kommer att diskuteras mer utförligt i nästa avsnitt.

Förtroendet avgör riskkommunikationen

Mediernas roll när det gäller att tillhandahålla kunskap om bra och dålig mat, om kropp, hälsa och hälsorisker kan inte nog understrykas, skriver Beardsworth och Keil (1997). I detta sammanhang blir människors *förtroende* för olika aktörer på livsmedelsmarknaden, den hälsopolitiska arenan och inte minst medierna centralt (se t.ex. de Almeida, m.fl., 1997; Ljungberg, 2001). Förtroendet för den eller dem som kommunicerar en viss fråga, en viss risk, är avgörande för individens ställningstagande och tolkning av informationen. Utan allmänhetens förtroende talar journalisten inför döva öron.

Förtroende är något som tillskrivs mottagaren i en kommunikationsprocess och förstås enklast som en slags attityd eller värdering. Det ska inte förväxlas med trovärdighet som är något som bedöms hos avsändaren av ett budskap. Om en mottagare bedömer en avsändare vara trovärdig kan det medföra att mottagaren får ett förtroende för sändaren (för en utförlig diskussion och begreppsutredning, se Hedquist, 2002). En sändares trovärdighet är främst beroende av den kunskap och kompetens som han eller hon har, men även andra faktorer som till exempel kontroll, konsekvens, öppenhet, prestige och attraktion kan spela in. I all riskkommunikation är såväl mottagarens förtroende som sändarens trovärdighet grundläggande för framgångsrik kommunikation.

Senare års studier av svenska folkets förtroende för olika samhällsinstitutioner har visat en generellt fallande trend. Denna negativa trend skapar problem för relationen mellan medborgare och myndigheter. Det minskade förtroendet utgör ett hot mot demokratin.

Förtroendet för enskilda medier har också varit föremål för undersökningar under årens lopp (se t.ex. Elliot, 1997). Förtroendet för medierna har hittills inte uppvisat samma negativa trend som för många andra samhällsinstitutioner. De senaste två åren har dock vissa förändringar skett, vilka förklaras av den så kallade 11-septembereffekten. Den innebär att förtroen-

det för de politiska institutionerna har ökat något efter terrorattacken i USA 2001, samtidigt som många andra samhällsinstitutioners förtroende har minskat, däribland mediernas (Weibull, 2003). Det gäller särskilt för teve, men också för radio och dagspress. Teve och radio ligger dock på en betydligt högre institutionell förtroendenivå än dagspressen och tycks inte lika känsliga för allmänhetens snabba ombytliga bedömning.

Institutioner består av enskilda människor vars uppträdande och agerande mer eller mindre hänger ihop med hur en institution uppfattas. Samtidigt som vi kan konstatera att allmänheten har ett visst förtroende för flera medieinstitutioner har det visat sig att detta förtroende, anmärkningsvärt nog, inte alltid omfattar de verksamma individerna i organisationen. Förtroendet för journalister i radio och teve ligger exempelvis klart lägre än förtroendet för motsvarande institutioner. Tendensen är densamma för dagspressens journalister. Dessa utgör en av de yrkeskårer som allmänheten har minst förtroende för tillsammans med bland annat informatörer, politiker, PR-konsulter och reklampersoner (Holmberg & Weibull, 2003: 56). Här ligger alltså en uppenbar paradox. Allmänheten tycks inte tänka på de personer som är verksamma i en organisation då de bedömer graden av förtroende för denna. Holmberg och Weibull menar något tillspetsat att somliga yrkesgrupper (t.ex. lärare och vårdpersonal) bär upp sina organisationer, medan andra grupper (t.ex. journalister) snarare bärs upp av sin organisation.

När det gäller förtroendet för mediernas *innehåll* finner medieforskarna inte samma mönster som man finner för medierna som institutioner (a.a.). En förklaring till detta kan vara att allmänhetens uppfattning om medieinstitutionerna påverkas av medielandskapet i sin helhet, medan allmänheten när den bedömer innehållet istället tar ställning till för dem välkända medier (Weibull, 2003). Att studera medieförtroende är med andra ord mycket mer komplext än man kan tro.

Människors förtroende för ett givet mediums innehåll ligger i värdet eller kvaliteten hos det som mediet erbjuder, men även i hur pass beroende individen är som användare av mediet, menar Weibull (a.a.). Allmänhetens förtroende för medierna varierar också med rådande föreställningar i samhället. Det gäller särskilt de medier som individen själv utnyttjar i liten omfattning. Tidigare studier har visat att förtroendet för mediernas innehåll fångar framför allt upp synen på nyhetsjournalistiken, det vill säga i första

hand är det *nyheterna* som påverkar förtroendet för ett visst medium och dess innehåll (a.a.)

Andelen individer med stort förtroende för ett givet medieinnehåll är generellt högre bland användarna än bland allmänheten i stort. När forskare enbart studerar de individer som verkligen tar del av ett medium visar det sig att Sveriges Radios nationella kanaler, den lokala morgontidningen och Stockholms morgontidningar har högst andel mycket stort förtroende av det totala förtroendekapitalet. Totalt är det 72 procent av användarna som har mycket eller ganska högt förtroende för den lokala morgontidningen (Weibull, 2003). Weibulls tolkning är att medier med en högre andel informativt innehåll generellt åtnjuter ett högre förtroende än de med en tydlig underhållningsprofil.

För att få en uppfattning om medieförtroendet kan man alltså inte förlita sig enbart på de ganska grova måtten på medierna som samhällsinstitutioner utan man bör också ta hänsyn till vilken roll olika medier spelar för sina användare. En slutsats som Weibull också drar är att underhållningsmedier generellt tappar i förtroende medan de informativt orienterade medierna stärker sin ställning. Dagspressens starka ställning i den allmänna förtroendeopinionen tycks alltså bestå.

Förtroendet för ett medium påverkas av dess förmåga att minska vår osäkerhet i en allt mer komplex värld. Med den utveckling vi ser inom medievärlden kan ett mediums förtroendekapital få avgörande konsekvenser för dess möjlighet att hävda sig på marknaden. Med ett ökat mediebrus kommer medier vars namn signalerar trovärdighet troligen att ha ett försprång i konkurrensen om marknadsandelar.

Från risk till frisk

De senaste årens uppmärksammade debatter och rapporter om kemiska tillsatser i livsmedelsförädlingen, om dåligt kött, salmonellabakterier och galna kosjukan, genmodifierade födoämnen etc., har inte bara fört med sig en ökad oro hos allmänheten, utan också en större grad av medvetenhet kring det vi äter. Den ökade medvetenheten i kombination med en i många fall ökad oro leder till att det finns fog för att tala om framväxten av en näringsmässig ingenjörskonst. Beck (1992: 35) beskriver det enligt följande:

Cooking and eating are becoming a kind of implicit food chemistry, a kind of witch's cauldron in reverse meant to minimize harmful effects.

Det krävs idag omfattande kunskap, intresse, men också ekonomiska och tidsmässiga resurser för att orientera sig i den komplexa situation vi konsumenter befinner oss i (se t.ex. Nestle, 2002). Mediernas rapportering om det sunda kroppsprojektet (men även annat medieutbud, t.ex. kockdueller och matprogram) har skapat ett ökat intresse för mat och matvanor samt hälsa i stort, och därmed också lagt grunden för ytterligare en ideologi – »hälsism« (»healthism«) (Forde, 1998). Hälsa är här det främsta livsvärdet; en sund livsstil och riskundvikande premieras. Det finns härmed fog för att, åtminstone på ett idémässigt plan, tala om framväxten av ett *frisksamhälle* parallellt med ett *risksamhälle*. Jämförelser kan även göras med hälsofrämjande och hälsopreventivt arbete, där man allt mer försöker undvika att tala i termer av riskfaktorer för att istället lägga mer vikt vid de positivt laddade *friskfaktorer*na, det vill säga faktorer som minskar risken för ohälsa (t.ex. motion och en balanserad kost) (SOU, 2000:91: 47).

Sammanfattning

I kapitlet har jag presenterat konsumtionssamhället i risksamhällets förklädning. Med hjälp av sociologerna Beck och Giddens beskriver jag risksamhällets ontologiska osäkerhet, den ökade förekomsten och intensifieringen av risker och allmänhetens ökade beroende av expertsystem som en följd därav. Riskernas spridningslogik har diskuterats eftersom den på ett intressant sätt skiljer sig från välfärdens logik. Risker kan nämligen både förstärka och utjämna sociala skillnader.

Därefter uppmärksammade jag riskbegreppet och presenterade två riskperspektiv – ett objektivistiskt och ett konstruktionistiskt. På det följde en diskussion om individens subjektiva upplevelser av hälsorisker samt en genomgång av olika faktorer som inverkar på individens riskbedömning, och som också förklarar varför det är så svårt att kommunicera om risker.

Medierna är risksamhällets främsta förmedlare av riskinformation och därför ägnades en betydande del av kapitlet åt mediernas roll i risksamhället. Jag diskuterade det journalistiska uppdraget och frågan om journalistikens ansvar i ett demokratiskt samhälle. I samband härmed konstaterade jag att dagspressen förvisso inte har ett formellt uppdrag, men dock ett demokratiskt ideal att leva upp till gentemot sina läsare. Medieinstitutionerna och journalisterna kan alltså inte betraktas som oskyldiga utan måste kunna ställas till svars för den roll de spelar i vårt samhälle. Jag pekade dock också på

mediernas dilemman i att omsätta vetenskapliga rön till journalistik och på klyftan mellan de journalistiska idealen och praktiken, en diskrepans som kan förklaras av marknadskrafterna och de ekonomiska villkoren.

Mediernas dagordningsfunktion och inflytande på allmänhetens samtalsagenda, den politiska agendan och forskningsagendan diskuterades sedan. Jag ville härmed lyfta fram att medierna inte bara har direkta effekter på mediekonsumenterna/medborgarna, utan också ansevärd indirekta effekter genom de olika processer medierna kan initiera eller stimulera till på olika samhällsnivåer. I samband med detta introducerades också begreppet »framing«, vilket används för att beskriva hur medierna genom upprepat användande av vissa perspektiv och vinklar belyser valda delar av verkligheten på ett stereotypt sätt. De bidrar därmed till att en given och ibland också missvisande bild av verkligheten upphöjs till norm i samhället. Detta ledde vidare till en diskussion om medielogik och medielogikens konsekvenser för vår verklighetsuppfattning. Resonemangen om medielogik visade hur produktionsprocessernas villkor sätter ramarna för det journalistiska utfallet och seendet. Jag förklarade också hur medierna genom sin ökade närvaro och användning givit upphov till en mediekultur där vi alltmer får vår erfarenhet genom medierna.

På detta följde frågan om allmänhetens förtroende för medierna, eftersom förtroende och tillit är centrala begrepp i risksamhället och i all riskkommunikation. I samband härmed konstaterades bland annat att dagspressen behåller sin starka position i svenska folkets förtroendeopinion. Kapitlet avslutades med en kort reflektion över hur den ökade riskmedvetenheten och därtill kopplade oron samt den mediala fokuseringen på bland annat kropp och hälsa har banat väg för en ny ideologi – »hälsism«. I den nya ideologins anda betonas frisk- snarare än riskfaktorer.

Att analysera medietexter

VI HAR NU kommit fram till avhandlingens empiriska förankring – själva undersökningen. Avsikten med undersökningen är inte att bedöma huruvida tidningarnas information är »korrekt«, utan snarare att belysa övervikt-problemets mediala natur och konsekvenserna av denna. När vi sinsemellan diskuterar övervikt så är det sällan fenomenet som är utgångspunkt för våra samtal, utan den bild som vuxit fram i kommunikationen med andra, många gånger utifrån vad vi läst eller sett i tidningen.

Det jag vill försöka fånga är alltså den bild av övervikt som ges av medierna. Jag har särskilt valt att undersöka tidningstexter från dagspress (motiven för denna avgränsning ges i det inledande kapitlet). Varje enskild text har förvisso studerats, men det är inte delarna var för sig som är det intressantaste, utan de helheter som uppstår vid en läsning av flera texter. I min undersökning studerar jag ett stort antal texter, och undersökningen skulle därför kunna kallas för korpusanalys (Hellspong, 2001). Undersökningen består av två olika delstudier: en kvantitativ och en kvalitativ innehållsanalys.

I detta kapitel kommer jag att diskutera mitt val av metod samt redogöra för utgångspunkterna för de två delstudierna. Jag kommer att presentera mitt urvalsförfarande både när det gäller undersökningsenheter och tidsperiod. Det följs av en beskrivning av materialets karaktär och källor. Jag kommer också att diskutera mina analysverktyg, hur jag bearbetat texterna inom ramen för respektive delstudie samt kritiska reflektioner under processens gång.

Något om metod

Metod handlar om forskarens grundval i sitt empiriska arbete. Det viktigaste ifråga om metod är sällan de särskilda tekniker och procedurer forskaren

tillämpar utan snarare hur forskaren förhåller sig till det som ska utforskas; hur han eller hon närmar sig det som är föremål för intresse, ställer frågor, söker svar och vinner insikter (Alvesson & Deetz, 2000).

Eftersom min undersökning är en utbudsstudie är innehållsanalysen en självklar metod. Det finns dock en mängd olika slags innehållsanalyser och exakt hur en innehållsanalys ska gå till är ingalunda givet. Innan de två delstudierna presenteras närmare ska jag kortfattat nämna något om innehållsanalysens användningsområde.

Innehållsanalysen kan ge svar på en mängd olika frågor, dock inte alla. Windahl och Signitzer (1992) presenterar en lista över de olika funktioner som en innehållsanalys kan fylla. Med en innehållsanalys kan man bland annat få kunskap om:

- sändarens verklighetsuppfattning
- sändarens avsikter
- sändarens bild av mottagaren
- mottagarens tänkbara reaktioner samt
- det kulturella klimatet i samhället.

En svaghet i innehållsanalysen är dock att den inte kan ge svar på frågan varför? (Fiske, 1990). Varför ser utbudet ut som det gör? Med kunskap om nyhetsprocessen och journalisters arbetssätt, till exempel medielogik (se kap. 2), kan forskaren likväl dra slutsatser därom, om än med en viss osäkerhet. Ett vanligt sätt att kringgå denna ovisshet är att genomföra intervjuer på berörda redaktioner.

En annan svaghet, som ofta påtalas, är att innehållsanalysen inte kan ge svar på frågor om hur mottagaren tolkar utbudet, vilket receptionsanalysen däremot kan. Förvisso kan man inte med exakthet uttala sig om människors tolkningar av texter med en innehållsanalys, frågan är om ens receptionsanalysen tillåter det. Man kan dock efter en innehållsanalys uttala sig om en texts olika dimensioner och deras *potentiella* verkan (jfr ovan punkt fyra), vilket motsvarar en utsaga om hur mottagare troligen tolkar och förstår utbud. Hur är det möjligt? Tolkningen av en text är alltid en produkt av mötet med texten och dess egenskaper samt de tolkningsresurser som läsaren har med sig i mötet med texten. Det är sant, men det innebär inte att antalet tolkningar är obegränsade, snarare tvärtom. Antalet tolkningar begränsas i stor utsträckning av textens natur (Fairclough, 1995). Vi får anledning att återkomma till detta längre fram i kapitlet, då jag diskuterar

tolkning och resultatens trovärdighet med hjälp av Halls (1996) begrepp »preferred reading«.

Innehållsanalys

Inom medieforskningen finns det flera traditioner för innehållsanalys. En första skiljelinje brukar dras mellan kvantitativa och kvalitativa innehållsanalyser (även kallade textanalyser). Den förra går enkelt uttryckt ut på att räkna förekomst av eller mäta vissa manifesta företeelser i texten (Bergström & Boréus, 2000), medan den senare syftar till att uttolka underliggande betydelser, men också frånvarande dimensioner hos en text. En vanlig utgångspunkt i den kvalitativa ansatsen är därför att texten rymmer något mer än det uppenbara.

Den kvalitativa innehållsanalysen är i själva verket inte en enhetlig analysmetod, utan utgör snarare ett samlingsnamn för flera olika texttolkningsmetoder (t.ex. semiotisk analys, stilanalys, retorisk analys, diskursanalys), vilka ibland går under samlingsbegreppet hermeneutik (Dahlgren, 2000).

Både i Sverige och i det internationella forskarsamfundet har det varit sociologer och statsvetare som dominerat studiet av traditionellt massmedieinnehåll (Asp, 1986; Nilsson, 2000). Johansson (1994) har gjort en genomgång av svenska studier av massmedieinnehåll. Han konstaterar att forskningen uppvisar en mångfald både ifråga om syften och metoder. Den kvantitativa innehållsanalysen har dock länge dominerat.

I mitt avhandlingsarbete har jag valt att kombinera en kvantitativ innehållsanalys med en kvalitativ dito. Ingen av de valda analysmetoderna är dock renodlad. Den kvantitativa analysen innehåller nämligen inslag av mer komplicerade kvalitativa tolkningar, med utgångspunkt i en dramaturgisk analysmodell. Den kvalitativa analysen är inte heller den »renlärig«, utan rymmer inslag av kvantifiering av enheter i den mån det bedömts vara relevant. Inför den kvalitativa analysen har jag låtit mig inspireras av flera olika analysmetoder. Exakt hur jag gått till väga i mina analyser redovisar jag längre fram i samband med avsnitten om bearbetningen av datamängden. Analyserna görs i viss mån på ett och samma empiriska material, men kan också betraktas som två separata delstudier inom samma forskningsprojekt. Skälet till att jag valt att kombinera de två analysmetoderna är att jag vill kunna beskriva pressmaterialet så rättvist, men också så rikt och nyanserat som möjligt. Att enbart genomföra en kvantitativ innehållsana-

lys kändes allt för begränsande. Att enbart genomföra en kvalitativ analys kändes inte heller tillfredsställande, eftersom relevanta kvantitativa data om texterna inte skulle kunna genereras inom ramen för en sådan. En kvantitativ analys kan ge en intressant statistisk beskrivning av materialet samt tjäna som utgångspunkt för en djupare kvalitativ analys. Den kvantitativa analysen riskerar emellertid att bli ganska ytlig och platt om den inte kompletteras med en mer kvalitativ »närläsning«, av såväl manifesta som latent dimensioner i texterna. Det mest fruktbara alternativet bedömdes därför vara att kombinera ett kvantitativt angreppssätt med ett kvalitativt. Detta ligger också i linje med de utgångspunkter jag presenterade i det inledande kapitlet. Istället för att argumentera för en enskild metod eller ett enskilt perspektiv vill jag istället framhålla styrkan i ett tillvägagångssätt där man kombinerar flera metoder för att komma åt olika aspekter i den medierade kommunikationen (jfr Jensen, 2002).

Typologi över innehållsanalyser

Medieforskaren Asp har skapat en typologi (se figur 1 nedan) över olika slags innehållsanalytiska studier (Asp, 1986: 20 f). I typologin kombineras två variabler: metodval (kvantitativ eller kvalitativ) och undersökningssyfte (deskriptivt, normativt eller explanativt).

Syfte	Kvalitativ	Kvantitativ
Deskriptivt	1	2
Normativt	3	4
Explanativt	5	6

Figur 1 En typologi över innehållsanalytiska studier (Asp, 1986: 22).

Typologin saknar dock ett viktigt undersökningssyfte – förståelse – vilket borde integreras i typologin för att ge en mer komplett bild av de olika metoder som står till buds. I min läsning av typologin har jag dock inkluderat ett förståelsesyfte i det Asp kallar explanativt syfte, med motiveringen att förståelse och förklaring har många gemensamma beröringspunkter. Typologin kan, trots den påtalade bristen, användas för att ytterligare belysa min undersöknings karaktär.

Min undersökning täcker i princip typologins samtliga celler, eftersom jag dels kombinerar kvantitativ och kvalitativ metod på ett och samma

material, dels kombinerar ett deskriptivt med ett normativt och explanativt syfte (jfr diskussionen jag för i det inledande kapitlet om primärt och sekundärt syfte i relation till vetenskapsteoretiska perspektiv). Syftet med såväl den kvantitativa som den kvalitativa analysen är att beskriva materialet i fråga om vissa egenskaper (förekomst, storlek, position, rubriksättning, ordval, sakfrågans perspektiv osv.) och ge svar på de övergripande frågorna: Hur ser innehållet ut? Vad och vem möter vi i texterna? Eftersom det sällan är intressant att beskriva texters egenskaper utan att jämföra dem med något, har en komperativ ansats inkluderats i framförallt den kvantitativa analysen. Jämförelser kommer att göras dels mellan de olika medierna (dagstidningarna), dels mellan undersökningens resultat och extramedie-data, i form av resultat från tidigare mediestudier samt så kallade »real-world indicators« (jfr Dearing & Rogers, 1996: 23), det vill säga övrig jämförbar statistik.

I en explanativ studie kan man förhålla sig till medieinnehållet på två olika sätt. Antingen betraktas det som en beroende variabel eller som en oberoende. Det förra innebär att undersökningen syftar till att förstå och eller förklara ett innehålls utfall med hjälp av bakomliggande faktorer som produktionsvillkor, sociala, kulturella, ekonomiska eller ideologiska trender och mönster. Medieinnehållet betraktas således som ett resultat av hur journalisten förstår och beskriver verkligheten.

Det andra synsättet vilar på antagandet att en medietext kan påverka samhällen och dess medborgare, och det man vill försöka belysa är hur så kan tänkas ske. Bland annat förutsätts antalet artiklar, storleken på artiklarna och deras utgivningsfrekvens ha betydelse för genomslag och tolkning. Självklart anses också innehållet i medietexterna och deras gestaltning ha betydelse för individens meningsskapande och orientering i tillvaron (jfr första och andra nivåns agenda-setting i kap. 2). Inom riskkommunikationsforskningen har detta antagande stor relevans då man utgår från att medieinnehållet är en potentiell källa för påverkan på människors riskuppfattning (Nilsson, 2000).

Föreliggande undersökning, såväl den kvantitativa som den kvalitativa delstudien, hör snarare hemma i den senare fällan än i den förra. Således intresserar jag mig för texten främst som en oberoende variabel. Det ska dock inte tolkas som att jag blundar för bakomliggande faktorerers betydelse för texternas tillkomst och utformning. En text uppkommer aldrig ur tomma intet, utan måste självklart relateras till upphovsmakare och kontexter.

Den normativa ansatsen träder framför allt fram i min syn på mediernas roll i samhället och det ansvar jag menar att de måste ta för sina journalistiska produkter samt deras konsekvenser på samhället och medborgarna.

Kvantitativ innehållsanalys

Det som skiljer den vetenskapliga innehållsanalysen från den vi gör dagligen i vår gärning som mediekonsumenter är den teoretiska förankringen och inte minst det systematiska tillvägagångssättet (Nilsson, 2000). Ett systematiskt och formaliserat upplägg är en nödvändig förutsättning för att statistiskt generalisera undersökningens resultat.

Den kvantitativa innehållsanalysen utvecklades i USA under tidigt 1900-tal. Först efter andra världskrigets slut publicerades den första översikten över samhällsvetenskapligt inriktad innehållsanalys *Content Analysis in Communication Research*, som numera är ett standardverk (Berelson, 1952). Innehållsanalysen har en tydlig positivistisk förankring med ledord som objektivitet, systematik, kvantitet och manifest innehåll. Den kvantitativa innehållsanalysens för- och nackdelar var liksom övriga metodfrågor ett hett diskussionsämne under 1960- och 70-talen, men har av den yngre generationen medie- och kommunikationsforskare tonats ned. Kritik som riktats mot den kvantitativa innehållsanalysen handlar framförallt om dess förenklade angreppssätt, dess fragmenterande funktion till helhetens förfång samt dess oförmåga att tolka och på djupet förstå en given texts betydelse (jfr Johansson, 1994; för en mer utförlig kritik se Nilsson, 2000).

Metoden har, kritiken till trots, en viktig funktion att fylla. Dess främsta styrka är dess effektivitet. Den kvantitativa innehållsanalysen har en förmåga att göra ett stort material tillgängligt för analys och generella slutsatser. Att skapa ordning och systematik i ett omfattande textmaterial innebär givetvis i stor utsträckning en förenkling av verkligheten, men det är också själva poängen med metoden. Metoden kan kritiseras för att vara begränsad i den meningen att den endast ställer frågor som man kan mäta eller kvantifiera. En metod kan emellertid aldrig förväntas täcka in alla perspektiv och frågeställningar. Idealet är därför alltid en kombination av olika metoder.

Kvalitativ innehållsanalys

En stor del av alla kvalitativa innehålls- eller textanalyser kan i generell mening sorteras in under rubriken hermeneutik. Det gäller även min textanalys. Hermeneutik är en humanistisk texttolkningsansats med rötter i

renässansens bibeltextanalyser (Alvesson & Sköldberg, 1994). Idag kan hermeneutiken betraktas som en skola inom den moderna filosofin (Dahlgren, 2000). Hermeneutik handlar om att tolka och förstå texter; att skingra oklarheter, men också att visa på dubbla bottnar och dolt innehåll (se t.ex. Bergström & Boréus, 2000; Hellspong, 2001).

För att tolka och försöka förstå texter kan man gå till väga på en mängd olika sätt. Jag har dock inte använt mig av några konstiga knep eller verktyg. Man skulle snarare kunna säga att jag har intagit ett vardagsepistemologiskt förhållningssätt till mitt material, vilket i sin tur uppmuntrar till ett icke krångligt förhållningssätt i analysarbetet.

Inför min kvalitativa textstudie har jag hämtat inspiration från flera olika författare och analysmetoder. Jag har fått näring och idéer för min analys i semiotikens grunder, utan att för den sakens skull göra anspråk på att bedriva en semiotisk analys. Semiotikens begreppsapparat (t.ex. denotationer, konnotationer, manifesta/latenta budskap) har framför allt hjälpt mig att söka efter och utveckla teman (se nedan). Diskursanalysen, den retoriska analysen och argumentationsanalysen har på liknande sätt fungerat som en slags kompasser för min studie. Från dessa olika analysmetoder har jag hämtat tankar och begrepp som hjälpt mig att sätta samman en för mina egna syften relevant och användbar verktygslåda.

Om man kan säga att den kvantitativa innehållsanalysen ger en god överblick och en informativ dimension av dagspressens överviktsrapportering så fångar den kvalitativa innehållsanalysen dess gestaltningsdimensioner, det vill säga aspekter i texterna som har att göra med hur de är skrivna (Dahlgren, 1992). Sådana gestaltningsdimensioner är exempelvis: stil och struktur, narrativ dynamik samt tematiska fält. Detta har jag tagit fasta på och lagt till min textanalytiska uppsättning av utensilier. I den kvalitativa analysen intresserar jag mig således för aktörer, utsagor, stil och ordval, metaforer, teman samt narrativa strukturer.

Eftersom mitt material är mycket omfångsrikt kan jag inte inom ramen för denna avhandling göra en detaljerad analys av texterna på deras mikro-nivå, utan analysen är på en övergripande nivå. Fokus i min kvalitativa delstudie är mer på det generella hos materialet än på det specifika för varje enskild text. Analysen är gjord utifrån en genreindelning av artikeltexterna. Jag har alltså analyserat opinionsbildande material (ledarmaterial och debattartiklar) och allmänt nyhetsmaterial var för sig.

Ett centralt mål för den kvalitativa analysen har varit att finna *teman* som dominerar texternas innehåll för att på så vis få fram en generell bild av hur övervikt presenteras i materialet. Nedan beskriver jag kort vad ett tema är.

TEMATISK ANALYS · Att beskriva ett material utifrån dess innehållsliga teman kan betraktas som ett försök att få fram den undersökta diskursens ordnande principer för innehållets inriktning, menar Bakshi (2000). Med andra ord är teman en viktig dimension för att komma åt hur övervikt presenteras i texterna. Teman, ibland kallade tematiska fält, är en av flera gestaltningsdimensioner hos en text. Teman är dock jämfört med många andra gestaltningsdimensioner (t.ex. språkbruk, komplexitet, narrativ dynamik) mindre uppenbara. Teman kan betraktas som en slags latent och abstrakta dimensioner i texten (Dahlgren, 1992). Även om en läsare inte alltid kan peka ut teman så har de en avgörande roll för hur texten upplevs.

Teman kan beskrivas som mönsterbildande ledmotiv i handlingar och frågeställningar som löper genom texten i sin helhet. Ett tema är ett meningssammanhang som återkommer och dominerar innehållet. Det anger vad som är centralt i texten, vad utsagorna samlas kring. Jarlbro, Jönsson och Windahl (1992) beskriver ett tema som den »eftersmak« en artikeltext ger och som också summerar den lästa texten.

Journalistiken består av ett begränsat antal teman. Ett givet nyhetsämne presenteras inte hur som helst utan det följer vissa konventioner. Teman hjälper därmed både läsaren och journalisten att klassificera händelser i redan bekanta kategorier. Det gör i sin tur att information snabbare får en betydelse eftersom den ganska omgående kan tolkas som en illustration av ett visst tema (Dahlgren, 1992). De teman som redovisas i denna avhandling är de teman som återkommer i mitt material. Man kan beskriva dem som de enskilda artiklarnas *makroteman* (jfr Bakshi, 2000). De utgör huvudämnen för rapporteringen om övervikt. Jag redovisar mer utförligt nedan, i avsnittet Bearbetning och kvalitativ analys av materialet, hur jag konkret har gått till väga i analysen och hur mina teman har kommit till.

Val av tidningar

De tidningar som undersökts har varit den traditionella pappersupplagan (om än elektroniskt lagrad), alltså inte de nätversioner av tidningarna som finns publicerade på Internet och som i viss mån skiljer sig från pappersversionen. Under förra millenniets sista år fanns det 164 dagstidningar i Sverige.

Av dessa var ungefär två tredjedelar tidningar som kom ut med minst tre nummer per vecka (Nilsson & Severinsson, 2001). Jag har valt att använda mig av databaserna PressText och Mediearkivet, som on-line tillhandahåller pressklipp för undervisnings- och forskningsändamål. Vid undersökningens start fanns sammanlagt cirka tjugio av dessa 164 dagstidningar representerade i databaserna, vilket kraftigt begränsade, men också förenklade, mitt urval.

Asp (1986) beskriver urvalet för sin innehållsstudie som styrt av två principer. Den första kallas *effektorientering* och innebär att man i sitt urval försöker få med medier som många har möjlighet att ta del av/exponeras för (t.ex. tidningar med stor upplaga och spridning). Den andra benämns *grupprepresentativ* och innebär att olika typer av medier ska vara representerade (t.ex. morgon- och kvällspress). I valet av tidningar har jag inte utgått ifrån dessa principer rakt av, men jag kan se likheter mellan mitt sätt att resonera och Asps urvalsstrategi. I mitt urval har jag eftersträvat bredd och mångfald. Valet är strategiskt och kan liknas vid vad Patton (1990) kallar »maximum variation sampling«. Urvalet av tidningar har syftat till att täcka in så olika tidningar som möjligt för att fånga in så nyansrik och varierande rapportering om övervikt som möjligt. Syftet har dock *inte* varit att få fram ett representativt urval av svensk dagspress. Heterogenitet i urvalet är i detta sammanhang en styrka. Mönster som framträder ur stor variation är av särskilt intresse och har ett värde i den meningen att de fångar kärnan hos de olika undersökta föremålen – centrala och gemensamma aspekter i materialet (a. a.).

Jag har i mitt val av dagstidningar utgått ifrån att de ska skilja sig åt vad gäller följande kriterier: politisk färg, utgivning, upplaga, profil och regional täckning (spridningsområde). Sålunda har pressmaterial av både nationell och lokal prägel undersökts (storstadspress och landsortspress), från både landets södra och norra region, såväl morgon- som kvällstidningar. De fyra tidningarna som inkluderats i undersökningen är: *Dagens Nyheter* (DN), *Helsingborgs Dagblad* (HD), *Västerbottens-Kuriren* (VK) samt *Aftonbladet* (AB). En kortfattad beskrivning av tidningarna ges i figur 2, nedan.

DN är en typisk medelklasstidning, medan Aftonbladet anses ha en stark ställning i resurssvaga områden (hushåll) och är troligen också ett politiskt val (Wadbring, 2000). Helsingborgs Dagblad och Västerbottens-Kuriren är båda en slags genomsnittliga lokala medelklasstidningar från landets södra respektive norra del.

Medium/tidning	DN	AB	HD	VK
Politisk färg*	Oberoende	Oberoende socialdem.	Politiskt oavhängig	Frisinnad liberal
Red. säte*	Stockholm	Stockholm	Helsingborg	Umeå
Hushållstäckn. i utgivn.kommun*	36%	13%	64%	61%
Upplaga*	316 000 ¹	381 700 ²	50 200 ²	42 100 ²
Red. bemanning	Ca 380 ^{**3}	Ca 90 ^{**3}	Ca 140 ⁴	Ca 60 ^{**3}
Red. könsfördelning män/kvinnor (%)	55/45 ^{**3}	54/46 ^{**3}	60/40 ⁵	67/33 ^{**3}

Figur 2 Presentation av de studerade dagstidningarna. * Källa: Tidningsstatistik (2001). ** Källa: Mediehandbok (2001). Kommentarer ges i fotnot.¹

DN är en huvudstadstidning, men har också en stor nationell läsekrets. Idag läses den av uppskattningsvis en miljon människor, vilka antas ha ett gemensamt intresse för kultur, politik, debatt, ekonomi och samhällsfrågor (Dagens Nyheter, 2002a, 2002b). För många av de boende i huvudstaden är tidningen den naturliga lokala morgontidningen. I övriga Sverige utgörs dess läsare i stor utsträckning av intellektuella och högt utbildade. Aftonbladet är tidningen som vänder sig till de breda folklagren (Lundin, 2002b) och har också påtagit sig rollen som folkets megafon: »Aftonbladet ska ge röst åt vanligt folk«, sägs det i redaktionspolicyn (Lundin, 2002a). Aftonbladet är Skandinaviens största dagstidning, tillika lösnummerförsäld kvällstidning, och når uppskattningsvis 1,6 miljon läsare över hela landet (Lundin, 2002b). Både Helsingborgs Dagblad och Västerbottens-Kuriren är lokala tidningar med betydligt mindre men något mer homogena läsekretsar, samt större krav på närhet, identitet och igenkänning i rapporteringen.

1. Kommentarer till figur 2: ¹ Upplaga första halvåret 2000. ² Upplaga helåret 1999. ³ Redaktionell bemanning grovt uppskattad i absoluta tal efter uppgifter i *Mediehandbok* (2001). Mediehandboks uppgifter bygger på redaktionernas *egna* inrapporteringar. ⁴ Uppgift baserad på antalet arbetade timmar dividerade med full årsarbetstid (1 570). Uppgiften är det genomsnittliga antalet heltidstjänster för perioden 1997–2001 (jfr HD:s årsredovisning). ⁵ Könsfördelning i snitt under perioden 1997–2001, enligt uppgifter från HD (Eriksson, Marie-Louise, personlig kommunikation, 02-06-17).

Val av tidsperiod

Utöver val av tidningar krävdes ställningstagande för vilken tidsperiod undersökningen skulle omfatta. Undersökningen omfattar allt tryckt material som omtalar övervikt och/eller fetma under en femårsperiod, 1997–2001. En femårsperiod bedömdes inledningsvis vara tillräckligt omfattande för att kunna urskilja eventuella förändringar i materialet över tid. Denna utgångspunkt har reviderats under arbetets gång och målsättningen att skönja förändringar över tid har bedömts mindre realistisk och därför tillmätts mindre betydelse. Startåret valdes emellertid till 1997. Rapportering om övervikt och fetma skedde givetvis även dessförinnan, men dock i ringa omfattning. Under 1992 finner man exempelvis i Dagens Nyheter blott 13 artiklar som omtalar fetma, och i ca fyrtio artiklar omnämns övervikt.¹

Året 1994 domineras innehållet i dagspressen i stor utsträckning av rapporteringen om Sveriges medlemskap i EU. I december 1994 upptäcker dock forskare i USA den så kallade fetmagenen, vilken antas reglera mättnadssignaler till hjärnan genom ett hormon kallat Leptin. Upptäckten beskrivs som ett genombrott och man har stora förhoppningar om att kunna bota överviktiga med »Mirakelbantarmedlet Leptin« (Oja, 1994; Lytsy, 1995). Rapporteringen om fetma steg något som en konsekvens härav. I till exempel Aftonbladet uppgick rapporteringen 1994 till 16 artiklar, 38 året därpå och 52 artiklar under 1996.²

I Dagens Nyheter fanns under 1994 30 artiklar som behandlade fetma, men antalet sjönk till 18 året därpå, och uppgick till 21 år 1996. Antalet artiklar i Dagens Nyheter 1994–1996, som behandlar övervikt, uppgick till ca fyrtio, med mycket liten variation för respektive år.³ Övervikts- och i viss mån även fetmarapporteringen var därmed ganska stabil i Dagens Nyheter 1992–1996, med en liten ökning 1994. Merparten av artiklarna om övervikt från denna period är kortfattade. Endast ett fåtal artiklar presenterar övervikt som ett problem, ytterst sällan framställs det som en hälsorisk. I majoriteten av artiklarna är övervikt istället en beskrivande egenskap, alternativt ett skönhetsfel och alarmeringsgraden i artiklarna är nästintill obefintlig.

I en ledare i Dagens Nyheter, 1994, under rubriken – *Konsten att uppfinna problem* – omtalas övervikt, jämte missbruk av nässprej, sjukligt behov av att

1. Sifferuppgifterna baseras på det antal artiklar som bedömts ämnesrelevanta, minus eventuella dubletter, *inte* på totalt antal utsökta artiklar.

2. Se föregående not.

3. Se föregående not.

snatta samt skador inom damfotbollen, som »märkliga larmrapporter« och »befängda problem« som är påhittade och bidrar till att dölja verkliga problem (Popova, 1994). När fyra representanter för de Överviktigas Riksförbund (ÖR) demonstrerar utanför Stockholms landstingshus i september 1995 för att få hjälp med överviktsproblematiken, skriver man i en kommentar i Dagens Nyheter, under rubriken *Tjocka kräver bättre vård*, om den lilla »men naggande goda« demonstrationen (Holmqvist, 1995). Det är ganska uppenbart att övervikt och fetma, inte tas på allvar eller tillmäts stor betydelse av journalistkåren. Övervikt är inte ett omfattande samhällsproblem i pressen i mitten på 1990-talet.

Anledningen till att valet av startår för studien föll på 1997 är att det var året då läkemedlet Xenical (för medicinsk behandling av kraftig övervikt) för första gången omtalades i svensk dagspress. Det var en speciell händelse och ett viktigt »trigger-event« (Dearing & Rogers, 1996: 78) i en kedja av nyheter om övervikt och fetma, och inte minst om läkemedlet i sig. Den stora redaktionella uppmärksamheten som sedan följde anses väsentligen ha bidragit till Xenicals stora försäljningsframgångar i Sverige. Min uppfattning är att rapporteringen om Xenical även har medverkat till att överviktsämnet flyttat fram positionen på dagstidningsagendan.

Materialets källor och slag

Sökningarna i PressText samt Mediearkivet påbörjades i september 2001 och slutfördes i februari år 2002. Separata sökningar har gjorts i båda arkiven på artiklar innehållande sökorden övervikt* och fetma*. Asterisken innebär att sökningen trunkerats, och sökmotorn har således fångat upp även böjningar och sammanskrivningar av sökorden, till exempel fetmaepidemi, fetman, överviktiga, överviktsproblem, Överviktigas Riksförbund. Det totala antalet träffar uppgick till ca 3 500. De artiklar som innehöll bägge sökorden och därmed utgjorde dubletter har i efterhand sorterats bort manuellt.

I PressText liksom i Mediearkivet presenteras artiklarna i fulltext. Datum, artikelstorlek, avdelning eller artikeltyp, sida, skribentens namn samt i vissa fall kontaktinformation anges för varje artikel. I PressText anges även ämnesord och bibliotekssystemets tillhörande SAB-kod för varje funnen artikel.

I Mediearkivet är rubrik och ingress i flertalet artiklar, dock inte alla, markerade med fet stil och skiljer sig på så sätt från brödtexten. I PressText däremot är endast rubriken markerad i fet stil. Det som saknas är visuella

element som fotografier samt olika illustrationer, diagram, kartor och annan avancerad grafik till texterna. Detta material går dock att beställa särskilt.¹ Huruvida en text har varit illustrerad eller inte kan man likväl sluta sig till eftersom artiklar som varit illustrerade avslutas med någon form av bildtext, namn på fotograf, bildarkiv eller liknande. I PressTexts material är artiklar innehållande illustrationer dessutom tydligt utmärkta.

Allt material som söks fram ur arkiven presenteras i träfflistor och kan därefter omedelbart skrivas ut. Detta underlättar och effektiviserar forskningsprocessen avsevärt jämfört med att söka ut och kopiera tidningstexter från manuellt studerade mikrofilmer, vilket hade varit ett alternativ – om än tidsödande.

Den främsta bristen hos tidningsmaterialet med det valda förfaringsättet är att texternas kontext förloras. Artiklarna rycks ur sitt naturliga sammanhang – tidningssidan – och information om hur artikeln har placerats på sidan, hur fotografi och eventuell illustration har sammanfogats och samspelar med rubrik och text saknas. Eftersom tidningstexterna kommer ut som »ren« text går man inte bara miste om själva sammanhanget, utan också om olika redigeringsgrepp som kan ha betydelse för hur texten läses och förstås. Det kan vara svårt att skilja exempelvis så kallade blockpuffar och banerpuffar (Nilsson & Severinsson, 2001: 103) från andra korta nyhetsnotiser placerade på tidningens första sida. Det saknas till viss del information om huvudrubrikers utformning och eventuella komplement i form av långlöpande underrubriker, darrader (en ofta kort rubrik som är placerad precis ovanför huvudrubriken) (a.a.: 116; se även Pettersson, 2003), ingress-typer, brödtextdelare (t.ex. boxar, linjer, citat eller s.k. »billboards«) samt annan utsmyckande redigering. Man kan dock av textsammanhanget ganska enkelt särskilja en ingress eller en mellanrubrik från brödtexten. Frånvaron av kontext är till nackdel i analysen av textmaterialet i den meningen att min läsning och tolkning av materialet inte baseras på den »kompleta« artikel som läsaren möter i pappersversionen. Samtidigt är det viktigt att understryka att det är texterna eller budskapen i tidningstexterna som står i fokus för undersökningen, *inte* det redaktionella materialets form och utseende. För att i viss mån kompensera denna brist och få en känsla för de undersökta tidningarnas innehåll, redigeringsätt och form har även ett

1. Eftersom jag valt att fokusera analysen på dagspressens texter, inte bilder, har jag inte inhämtat eller särskilt studerat detta bildmaterial.

antal godtyckligt utvalda pappersutgåvor av tidningarna studerats. Det rör sig dock inte om fler än cirka fem nummer per tidning.

Arkivens tillförlitlighet

Databaserna utgör förträffliga sökverktyg, inte desto mindre måste man använda dem med viss försiktighet. Vid sökningen av tidningsmaterialet upptäckte jag av en händelse att vissa tidsperioder för ett par av källorna i materialet inte fanns att tillgå. Oavsett vilket sökord som användes fick jag inga träffar. Bristen påkallades för de ansvariga för arkiven, men kunde tyvärr inte åtgärdas. Tidningsmaterialet kunde ha kompletterats med manuella utsökningar med hjälp av tidningsarkivens mikrofilmer. Min bedömning var dock den att antalet saknade artiklar inte var så omfattande att det skulle inverka menligt på undersökningen. Jag tror inte heller att ytterligare artiklar hade förändrat undersökningens resultat på något avgörande sätt. Jag valde därför att inte genomföra en kompletterande artikel-sökning. Det bortfall som därmed uppstått redovisas i detalj i kapitel 4.

Händelsen pekar på vikten av källkritik, men tydliggör också dilemmat mellan att välja en tidsbesparande metod kontra en mer tidskrävande, men kanske säkrare metod. Man måste många gånger förlita sig på att det material som databaserna utlovar verkligen är sökbart och tillgängligt, likaså får man förlita sig på att artiklarna i databaserna är textmässigt identiska med den tryckta pappersversionen. Enstaka artiklar kan givetvis jämföras med den tryckta originalversionen, men det låter sig inte göras med ett större material. Ytterligare ett problem som jag stötte på i mitt insamlingsarbete var att kombinationssökningar, så kallad Boolesk sökning, kunde ge något olika träffbilder jämfört med sökningar på »rena« sökord (utan synonymer), trots att de borde ge identiska resultat. Rådgivning och utsökningstester med expertis vid Lunds universitetsbibliotek gjordes inför den slutgiltiga sökprocessen för att i möjligaste mån undkomma denna typ av »felaktiga« resultat.

Tekniken har självklart många fördelar som inte ska underskattas, men kräver också en stor vakenhet hos användaren. En undersökning motsvarande den som här presenteras hade svårligen kunnat genomföras, inom samma tidsramar, utan dessa verktyg.

Bearbetning och kvantitativ analys

Bearbetningen och även analysen av pressmaterialet tog vid omedelbart efter insamlingen. De första genomläsningarna ackompanjerades av en gallring av materialet. Under denna process rensades dubletter ut liksom ett stort antal artiklar som bedömdes vara ovidkommande. Jag har konsekvent strukit artiklar där ordet övervikt eller fetma används i ett sammanhang som inte har något med kroppsvikt att göra. Exempel på sådana irrelevanta artiklar är sportartiklar som refererar matchresultat (t.ex. »de vann matchen med fyra måls övervikt«), artiklar om opinionsmätningar (t.ex. »övervikt för eller emot EU/EMU«, »övervikt av gamla/unga«) och röstförfaranden (t.ex. »kammarrätten beslutade med en rösts övervikt«), liksom artiklar om övervikt vid lastning eller transporter, och till sist viss ekonomisk rapportering (t.ex. »övervikt av Telia-aktier i fonden«).

Ytterligare artiklar som utelämnats, dels på grund av att de bedömts mindre relevanta för undersökningens syfte, dels på grund av behov av avgränsning av materialet är: tevetablåer, programinformation, bio-, video- och musiktöplistor, teater-, konstutställnings-, musikrecensioner och liknande material. Slutligen har samtliga fråga-doktorn-spalter och insändare sorterats bort. Anledningen därtill är att undersökningen syftar till att belysa den bild som de valda dagstidningarna ger av övervikt, *inte* den bild, de tankar och åsikter som gemene man har om övervikt, och som kommer till uttryck i denna artikeltyp. Det senare är förvisso både intressant och relevant, men utgör en egen och annan studie.

Det kvarvarande pressmaterialet (1 925 artiklar) har jag inledningsvis kodat och analyserat med hjälp av statistikprogrammet SPSS, *Statistical Program for the Social Sciences*. Jag utarbetade ett formaliserat kodschema omfattande arton variabler. Inspiration vid utformningen av kodschemat hämtade jag från bland annat de svenska studierna *Dagspressens motsatta alkoholbilder* (Larsson, 1992) samt *AIDS – ett drama i flera akter*. (Jarlbro, m.fl., 1992), två innehållsanalyser som behandlar olika hälsorisker. Jarlbro med flera använder sig av en dramaturgisk analysmodell (jfr den dramatiska modellen i Nerman, 1973; se även Goffman, 1995) i syfte att belysa både manifesta och latent dimensioner hos de studerade nyhetstexterna. Scenen tjänar som metafor för mediet, men också varje analysenhet (artikel). På denna scen uppenbarar sig olika aktörer (de som kommer till tals), som gör olika utspel. De omtalar eller belyser arenor (spelplatser) och ämnen ur ett

givet perspektiv på ett specifikt sätt (karaktär) (Jarlbro, m.fl., 1992). Med utgångspunkt i en sådan analysmodell blir varje artikel ett självbärande drama, en berättelse som tillfälligt spelas upp, men som också ingår i en kedja av händelser, och på ett högre plan, i en större berättarstruktur (logik). Variablerna i mitt kodschema bär tydliga spår av denna dramaturgiska modell, och utgör samtidigt en slags enkla intervjufrågor – Vilken är scenen? När gick föreställningen? Vem är den dominerande aktören? Vilken arena uttalar denne sig om? – som systematiskt ställs till varje analysenhet (artikel). Utöver dessa kvalitativa aspekter av texterna har mer renodlade kvantitativa frågor ställts till materialet för att få svar på frågor av slaget hur många, hur ofta, hur stora är artiklarna? Kodschemat presenteras i bilaga 1.

Bearbetning och kvalitativ analys

Den kvalitativa innehållsanalysen påbörjades samtidigt som den första genomläsningen av artikelmaterial tog vid. Det mer handgripliga analysarbetet påbörjades dock knappt ett halvår efter det att den kvantitativa delstudien var slutförd. Den kvalitativa analysen har tudelats med utgångspunkt i texternas olika slag. Först analyserades det opinionsbildande materialet. Därefter analyserades det allmänna nyhetsmaterialet, som också utgör merparten av det totala materialet. I den första analysen inkluderades samtliga artiklar från undersökningsperioden som faller inom ramen för så kallad åsiktsjournalistik (se vidare kap. 5). I den andra analysen gjordes vissa avgränsningar.

Det fanns flera tänkbara urvalsstrategier för analysen av det allmänna nyhetsmaterialet. En strategi hade kunnat vara att enbart välja de artiklar som gjort starkt intryck på mig eller väckt mitt intresse. En risk med ett sådant urval är dock att enbart extrema fall lyfts fram och att den bild som tecknas blir missvisande. En annan strategi hade kunnat vara att göra ett slumpmässigt urval av alla artiklarna. Ett sådant urval kändes dock otillfredsställande och oförenligt med min kvalitativa ansats. Min ambition har varit att fånga in materialets variationer och nyansrikedom, utan anspråk på representativitet, men också att finna relevanta och intressanta återkommande mönster i materialet.

I alla slags undersökningar, såväl kvantitativa som kvalitativa, krävs någon form av systematik. Jag har valt att analysera det allmänna artikelmaterial under tre års tid. Mitt urvalsförfarande kan bäst beskrivas som stra-

tegiskt. De år jag valt att analysera är 1997, 1999 och 2001. Jag gör således nedslag under undersökningsperiodens första, mittersta och sista år i de fyra dagstidningarna. Under dessa tre år har jag valt att särskilt fokusera på de artiklar där övervikt utgör dominerande tema (huvudsak). Dessa artiklar uppgår till totalt 407 stycken. Genom att välja tre år, istället för bara ett eller två år, ökar jag sannolikheten för att fånga materialets variationsrikedom. Genom att koncentrera analysen till de artiklar som behandlar övervikt som huvudsakligt ämne, ökar också relevansen i analysen. Analysen av det allmänna nyhetsmaterialet utgår sålunda från dessa 407 artiklar (se vidare kap. 6).

När jag skulle påbörja mina kvalitativa analyser hade jag med mig ett visst tankebagage. Man kan kalla det en förförståelse, eller en empiriskt redan tolkad ytstruktur hos materialet, från den kvantitativa analysen. Denna förförståelse resulterade i fem övergripande analysingångar till materialet, vilka också kan betraktas som ett slags preliminära resultat. Dessa fem var:

- *Medicin och Monster* (Vinkling och val av perspektiv; t.ex. övervikt som hälsorisk respektive kosmetiskt lyte.)
- *Människor* (Vilka är överviktiga, vilka är normala, vilka är riskgrupperna, och hur representeras dessa?)
- *Metaforer* (Vilka metaforer används för att konstruera övervikt i olika sammanhang? Vad säger dessa metaforer oss om övervikt?)
- *Myter* (Vilka återkommande förklaringsmodeller, strukturer, teman, berättarformer, genrer finner vi? Och vad kännetecknar dem?)
- *Makt* (Vem kommer till tals? Och vem kommer inte till tals? Utelämnas eller tabubeläggs något i diskursen? Vem skuldbeläggs? Vem går fri från ansvar? Vem ska lösa överviktsproblematiken?)

Den kvalitativa textanalysen börjar alltid i den egna upplevelsen, i forskarens spontana intryck, formuleringar som ekar, rubriker som naglas fast på näthinnan, känslor och stämningar som man svårligen kan göra sig kvitt. De fem analysingångarna ovan har varit utgångspunkt för analysarbetet. De har dock varit ledsagande *inte* styrande. Ett öppet och nyfiket sinne måste självklart vara den kvalitativa forskarens »modus operandi«.

När det gäller det opinionsbildande materialet har jag framför allt fokuserat analysen kring tre ting: aktörerna, deras utsagor och utsagornas stil. Det vill säga vem säger vad och på vilket sätt? Analysen av det opinionsbildande materialet påminner på så vis om en retorisk analys eller argumenta-

tionsanalys. I det opinionsbildande materialet utvecklades framför allt två teman: alarmeringstemat och temat om ansvar/skuld (se kap. 5). I analysen av det allmänna nyhetsmaterialet har de fem ingångarna ovan utvecklats till åtta teman. Dessa är: Vetenskapliga definitioner, Överviktens förklaringsmodeller, Matens roll och betydelse, Sociokulturell innebörd, Hälsorisker och forskning, Teknikens löften och ställning, Ekonomiska intressen samt slutligen Könens betydelse (se vidare kap. 6).

Exakt hur teman kommer till är svårt att beskriva. Ett enkelt och konkret sätt att söka efter teman är att ställa frågan: Vad handlar texterna om? Det jag har gjort är inte mycket märkvärdigare än så. Jag har läst tidningstexterna, reagerat på dem och reaktiverat det som sagts i texten i en slags tolkningens »omsägande«. Det förutsätter en pendling mellan närhet och distans till texten, men också en dekontextualisering och en rekontextualisering av den samma (jfr beskrivningen av den hermeneutiska tolkningsprocessen hos Ricoeur, 1988). I läsningen och tolkningen av texterna har teman växt fram i en växelverkan mellan min läsning av texten och textens »egen« handling, mellan en empiriskt redan tolkad ytstruktur och materialets djupstruktur (vad mötet med materialet spontant väcker tankar kring). Det kan liknas vid det som Alvesson och Sköldberg kallar abduktion (1994: 43 ff). En hermeneutiker skulle nog vidhålla att processen bäst liknas vid den hermeneutiska spiralen, det vill säga tolkning av empiri som vi redan har en förförståelse av.

Rent konkret har den kvalitativa analysen börjat med att jag har läst igenom alla de olika texterna för att få ett helhetsperspektiv av materialet. Därefter har jag läst och analyserat artiklarna stycke för stycke. Under denna process har jag markerat centrala meningar, vilka sedan har kommit att betraktas som teman. Jag har också markerat aktörer, deras utsagor, ordval, metaforer och andra egenskaper som på olika sätt belyst texternas karaktär. Artiklarna har utifrån detta sorterats och kategoriserats för att därefter analytiskt rekonstrueras. Analysresultaten presenteras i kapitel fem och sex i denna avhandling.

Om tolkning, resultatens trovärdighet och giltighet

Tolkning är både den aktivitet varigenom betydelse avvinns en text, och själva resultatet av analysen. Tolkningar kan vara mer eller mindre komplicerade. Många sker på ett omedvetet plan. Andra kräver en större tankeinsats.

Tolkning är, oavsett mödan, möjlig tack vare de redan etablerade kulturella mallar och teckensystem vi bär på. Vi tolkar alltid något som något.

Tolkning sker på olika nivåer. En vanlig indelning, hämtad från Roland Barthes och semiotiken, är den denotativa, konnotativa och mytologiska/ideologiska tolkningsnivån hos en text (Breitenstein, 1990; Fiske, 1990). På den denotativa nivån, ibland även kallad manifest, tolkas en texts uppenbara, bokstavliga betydelse. Dessa tolkningar antas människor i stor utsträckning kunna enas om, oavsett kulturell tillhörighet (Hall, 1996). Det är framför allt denna slags ganska okontroversiella tolkningar som en kvantitativ innehållsanalys kan generera. Genom att tydligt ange mitt förfarande i den kvantitativa innehållsanalysen samt presentera tankegångarna bakom kodningsprocessen hoppas jag inte bara göra analysen transparent, utan också klart ange vad mina tolkningar och slutsatser baseras på. Det garanterar inte trovärdiga resultat (tolkningar), men det skapar förutsättningar för resultatens trovärdighet.

Om den denotativa nivån är fixerad av vissa kulturella koder så är den konnotativa nivån betydligt mer polysemisk – öppen för olika tolkningar. Den konnotativa nivån är i betydligt större utsträckning beroende av uttolkarens kunskap, erfarenhet och kultur. På den konnotativa nivån uttolkas de associationer eller utvidgade betydelser som en text ger upphov till (a. a.). Tolkningarna kan vara högst personliga, men det är inte det slags tolkningar som är de mest intressanta i detta sammanhang. Min strävan är istället att belysa den mest sannolika betydelsen i en text – den tolkning som mest troligt skulle kunna uppstå i mötet mellan läsaren och texten – eller snarare allmängiltiga tolkningar.

Om ett antal konnotationer uttolkas ur en text kan dessa ge upphov till mönster (jfr ovan om teman). Breitenstein (1990) skriver att konnotationerna »drar åt samma håll« och ger därmed underlag för den djupaste tolkningsnivån, den mytologiska/ideologiska. En texts ideologiska nivå handlar om att en text, trots sin polysemiska natur och öppenhet, inte kan tolkas på hur många olika sätt som helst. Textens ideologi främjar vissa synsätt och döljer andra. Hall (1996: 134) benämner detta för »dominant meanings«, en slags förgivet tagen eller naturlig tolkning. Det finns alltså vissa givna sätt att läsa och tolka texter på, så kallade »preferred readings«. Antingen anpassar sig läsaren till den dominerande-hegemoniska utgångspunkten, eller så gör läsaren motvärn och försöker förhandla fram en egen tolkning, alternativt

gör läsaren en helt motsatt tolkning och tillskriver texten en oppositionell innebörd.

Ideologin verkar genom sin osynlighet: »en ideologisk text fungerar som ideologi i den mån den framträder som icke-ideologisk (som objektiv renodlad information)« (Berglez, 2000: 198). En viktig uppgift i textanalysen blir därmed att försöka synliggöra det osynliga, det som skrivits mellan raderna. Att något inte uttalas kan vara ett tecken på att det inte är viktigt, eller att det inte uttrycker någons åsikt. Det kan bero på att det faktiskt tillhör det självklara, men det kan likväl vara styrande för textens form och innehåll. Det kan emellertid också vara så att något inte uttalas för att det inte får eller kan verbaliseras – det förtrycks (Bergström & Boréus, 2000).

Tolkningar kan inte fastställas med exakthet. De är inte heller till för att fastställa något absolut, utan de ska fungera som utgångspunkt för att diskutera förbigångna eller icke uppmärksammade faktorer av betydelse, för att förstå hur mänskliga relationer på alla nivåer fungerar (Breitenstein, 1990: 31). En textanalys blir aldrig helt färdig i den meningen att det inte finns mer att säga. Även om tolkningar inte levereras med ett bäst-före-datum så är deras livstid begränsad till en obestämd framtid – det vill säga till dess en bättre tolkning erbjuds (Dahlgren, 2000). Detta gäller inte bara tolkningar sprungna ur ett hermeneutiskt arbete, utan alla vetenskapliga resultat och kunskaper oavsett disciplinär hemvist. Till slut måste man dock våga sätta punkt. Härmed sätter jag punkt för avhandlingens metoddiskussioner. Nu är det hög tid att låta texterna tala.

Materialets profil

DETTA KAPITEL BESTÅR av en kvantitativ beskrivning och diskussion av det artikelmaterial som undersökts och analyserats. I detta kapitel besvaras frågor om rapporteringens omfattning och slag. Här behandlas också bland annat rubriksättning, artiklarnas perspektiv samt karaktär. I samtliga tabeller har jag valt att utelämna decimaler. Istället redovisas siffror som närmsta avrundade heltal. En redovisning av decimaler kan ibland vara befogat, men ger ofta skenet av en exakthet och precision som sällan har sin motsvarighet i forskningsprocessen i sin helhet. Med anledning av att den kvantitativa undersökning som här ska redovisas rymmer stora inslag av kvalitativa tolkningar anser jag att heltalen ger tillräckligt noggrann information. Redovisnings sättet innebär dock att kolumnsummor i många fall inte uppgår till hundra procent, utan varierar mellan 99 och 101.

Rapporteringens omfattning

Materialet omfattar i sin helhet 1 925 artiklar. Utslaget på hela undersökningsperioden och på de fyra dagstidningarna skulle det innebära att det publicerats knappt hundra artiklar per tidning och år (ungefär en artikel var fjärde dag) under perioden 1997–2001, om övervikt och/eller fetma. Det är dock en missvisande uppskattning eftersom antalet publicerade artiklar varierar kraftigt mellan tidningarna liksom mellan de olika åren (se tabell 1). Man kan inte förvänta sig att man dagligen ska finna överviktsämnet representerat i tidningarna. Ett fåtal tidningar har likväl vid några tillfällen haft flera artiklar i samma tidningsnummer på detta tema (t.ex. i Dagens Nyheter i samband med en särskild artikelserie om övervikt och barnfetma, eller i Aftonbladets s.k. hälsobilaga).

Det är svårt att uttala sig om förändringar i rapporteringen eftersom tidsintervallet för undersökningen är i kortaste laget för denna slags slutsatser.

Ska jag likväl beskriva rapporteringen under den givna perioden, tycker jag mig kunna skönja en ökning i rapporteringen (se tabell 1).

En ökad rapportering om övervikt kan dock inte tolkas som något per definition positivt för folkhälsan. Det kan förhålla sig så att en ökad rapportering får positiva konsekvenser för svenska folkets uppfattningar om övervikt och i förlängningen kanske även människors hälsa, men det kan lika väl vara tvärtom. Av betydelse är nämligen också vad som döljer sig bakom antalet artiklar, det vill säga artiklarnas innehållsliga kvaliteter, vilket redovisas mer i detalj i kapitel 5 och 6.

Tabell 1: Publicerade artiklar per tidning och år (%)

Årtal	Tidning				Total %
	DN	AB	HD	VK	
1997	14	19	18	16	18
1998	19	17	16	25	17
1999	19	21	19	4	20
2000	26	24	21	31	24
2001	22	19	26	24	21
N =	517	1 022	315	71	1 925
% av tot	27	53	16	4	100

Bara under år 2000 publicerades nästan en fjärdedel av det totala materialet, vilket antyder att ämnet övervikt och fetma fick en något högre prioritering detta år jämfört med övriga. Redan året därpå, 2001, minskade dock rapporteringen. Vad som har hänt därefter ger denna studie ingen information om. Man kan endast spekulera kring huruvida rapporteringen om övervikt går tillbaka till den något lägre rapporteringsgraden som vi ser under 1997 och 1998 och i viss mån åren dessförinnan. Ämnet har nu förvisso en plats på medieagendan och har nått upp till nyhetens så kallade tröskelvärde¹, men har troligen också uppnått en viss mättnad. Det enda som kan hålla ett ämne kvar på medieagendan en längre tid är att det kontinuerligt tillförs ny information som möjliggör ny vinkling, till exempel nya forskningsrön eller förändring av politisk policy eller annat beslut med konsekvenser för

1. När en händelse eller en fråga väl har etablerats på medieagendan sker en kontinuerlig bevakning även fortsättningsvis av denna. Man brukar säga att nyheten har uppnått tröskelvärdet och utgör därmed intressant mediestoff (Hadenius & Weibull, 1999:342).

samhället i stort. Jag ser dock inga tecken på att övervikt betraktas som ett mindre samhällsproblem idag än det gjorde år 2001, snarare tvärtom.

Värt att notera är att Aftonbladet står ensamt för mer än hälften av rapporteringen. Knappt en tredjedel av materialet är publicerat i Dagens Nyheter och återstoden (tjugo procent av materialet) kan hänföras till Helsingborgs Dagblad och Västerbottens-Kuriren. Det visar sig alltså att lokalpressen bevakar överviktsfrågan i mindre utsträckning än de nationella tidningarna gör och att kvällspressen, här representerad av Aftonbladet ger frågan stort utrymme i jämförelse med de övriga tidningarna.

Den låga andelen artiklar år 1999 i Västerbottens-Kuriren (se tabell 1) har sin förklaring i det tidigare omtalade bortfallet. Det saknas artikelmaterial för perioden 1999-03-21–1999-12-31. Vi vet dock att rapporteringen i Västerbottens-Kuriren övriga år har varierat mellan elva och tjugotvå artiklar, vilket ger ett genomsnitt på sjuarton artiklar årligen (en artikel var tredje vecka). Det saknas således uppskattningsvis fjorton artiklar det givna året och statistiken är därför något missvisande för Västerbottens-Kuriren. Det saknas också material från Helsingborgs Dagblad år 1997. Det rör sig dock om en kortare tidsperiod på tre månader, 1997-10-01–1997-12-31, och handlar troligen om ett bortfall på maximalt 5–10 artiklar. Det ringa bortfallet förändrar dock inte den procentuella fördelningen av andelen artiklar per tidning på något avgörande vis, och har endast marginell betydelse för undersökningens resultat i sin helhet såvida jämförelser av materialet inte görs månadsvis eller på årsbasis.

Övervikt i relation till andra hälsorisker

En fråga som väcks är huruvida rapporteringen om övervikt och fetma kan anses omfattande eller »normal« jämfört med andra ämnen under den givna perioden. Siffran 1 925 (artiklar) förmedlar i sig ringa kunskap och måste för att bli meningsfull sättas i relation till något. För att kunna uttala mig om rapporteringen om övervikt och fetma har jag, med hjälp av samma databaser som tidigare omnämnts, undersökt hur många artiklar som totalt har publicerats inom ett antal hälsoriskområden i Dagens Nyheter och Aftonbladet, under det första och det sista året i undersökningsperioden, det vill säga 1997 och 2001. Hälsoriskerna är utvalda bland de femton risker som Jarlbro (se t.ex. 2000) låtit svenska folket bedöma under flera års tid inom ramen för den så kallade SOM-undersökningen (jfr kap. 2).

Artiklar har sökts ut med hjälp av följande sökord: alkoholism, alkoholskada, alkoholproblem, rökning, tobak, hiv, aids, narkotika, kärnkraft och våld. Resultatet presenteras i tabell 2 nedan. Alkohol användes inte som sökord då det gav tusentals träffar och bedömdes inkludera för många irrelevanta träffar för att ge en korrekt bild av riskrapporteringen. De tre sökorden alkoholism, alkoholskada, alkoholproblem har slagits samman till en kategori, i tabellen kallad alkohol. Likaså redovisas rökning och tobak under gemensam rubrik – rökning. Vad som är viktigt att påpeka är att artikelmaterial inte har studerats i detalj. Enda kriteriet för att en artikel skulle komma med i statistiken nedan är att den innehöll något av de angivna sökorden. Hur ämnet behandlas i varje enskild artikel vet vi således föga om. Statistikens främsta uppgift här är inte att beskriva några definitiva sanningar, utan att ge en fingervisning om graden av uppmärksamhet som olika hälsorelaterade ämnen fått i dagspressen vid en given tidpunkt. Dessa uppgifter kommer jag att jämföra med annan relevant statistik.

Med hjälp av dessa enkla siffror ser man att medierna tycks överrapportera somliga risker som i mindre utsträckning drabbar oss och underrapportera andra risker som ofta drabbar oss, exempelvis övervikt. Jag kommer också att visa på likheter mellan medborgarnas riskbedömningar och mediernas riskrapportering, vilket kan förklaras med hjälp av teorin om »agenda-setting«.

Tabell 2: Rapporteringen om hälsorisker 1997 och 2001 i Dagens Nyheter och Aftonbladet, artiklar i absoluta tal och andel av total (%)

Ämne	År 1997			År 2001		
	DN	AB	Total %	DN	AB	Total %
Alkohol	124	151	5	97	155	5
Rökning	564	338	16	425	279	13
Narkotika	718	297	18	586	329	17
Hiv/aids	242	346	10	375	297	12
Kärnkraft	460	196	11	129	56	3
Våld	1 164	854	35	1 323	1 142	45
Övervikt	74	198	5	113	195	6
	N = 5 726		100	N = 5 501		101

Antalet artiklar som söktes ut för de två mättillfällena var ganska jämn, drygt 5 500 per år. Av tabell 2 ovan framgår det att övervikt är en av de mindre omskrivna riskerna av dem som ingått i jämförelsen. Rapporteringen om övervikt är ringa och tycks endast ha ökat marginellt mellan de två mättillfällena, från fem till knappt sex procent. Rapporteringsgraden blir än mer anmärkningsvärd vid en jämförelse med andra problemindikatorer, här exemplifierat med uppgifter hämtade från Statistiska Centralbyråns årsbok (2002) (se tabell 3).

Nästan hälften av alla män mellan 16 och 84 år uppges vara överviktiga år 1999/2000. Cirka en tredjedel av alla kvinnor, i samma åldersspann, är överviktiga. Mellan det första och sista mättillfället i tabell 3, har andelen överviktiga i den manliga befolkningen ökat med tretton procent respektive nio procent bland kvinnorna (SCB, 2002: 452, tabell 495).

Tabell 3: Överviktiga svenska män och kvinnor i åldern 16–84 år (%)

Årtal	Män	Kvinnor
1980/81	35	25
1988/89	37	27
1996/97	46	32
1999/00	48	34

Källa: SCB, 2002: 452

Av de överviktiga männen 1980/81 var ca fem procent feta. År 2000 uppgår andelen feta bland männen till det dubbla, tio procent. Förvisso har andelen överviktiga kvinnor också ökat, om än inte i samma utsträckning som männen. Andelen feta kvinnor år 1980/81 uppgick till fem procent, men har nu ökat till nio procent. Bland personer födda år 1946–1955 (45–54 år) finner vi de största skillnaderna mellan könen när det gäller kraftig övervikt. Männen är i betydligt större utsträckning, än kvinnorna i samma ålderskategori, feta (SCB, 2002: 455, tabell 499). Allt tyder på att en allt större andel av befolkningen, särskilt männen, väger mer än vad som är hälsosamt.

Ytterligare ett exempel på relevanta extra-medie-data att relatera riskrapporteringen till är uppgifter över antalet döda i Sverige, efter kön och orsak (tabell 4). Uppgifterna är från 1999 och är baserade på tabell 511 och 512 i Statistisk Årsbok (2002).

Tabell 4: Antalet döda efter kön och orsak år 1999

Dödsorsak	Män	Kvinnor	Totalt
Tumörer	11 534	10 363	21 897
Diabetes	869	929	1 798
Alkohol ¹	381	88	469
Droger ¹	92	14	106
Cirk.org. ²	21 617	22 937	44 554
Hiv	23	7	30
Yttre orsaker ³	2 663	1 627	5 290
Våld ⁴	77	31	108
Totalt	46 782	48 294	95 076

¹ Dödsorsak angiven som psykisk sjukdom och syndrom samt beteendestörning orsakad av alkohol respektive droger. ² Cirkulationsorganens sjukdomar rymmer ett stort antal hjärt- och kärlsjukdomar, varav akut hjärtinfarkt är en. ³ Yttre orsaker är t.ex. olyckor, fall, förgiftning. ⁴ Våld är en kategori under rubriceringen Yttre dödsorsak och innebär t.ex. mord, dråp och annat övergrepp av annan person. Källa: scb, 2002: 462–465

Av de knappt 100 000 döda kan ett stort antal hänföras till dödsorsaker som också har en tydlig koppling till övervikt och fetma. Med hänsyn till hur många som idag lider av övervikt och fetma, och hur många som avlider i sjukdomar ofta relaterade till övervikt och fetma (jfr t.ex. avlidna i tumörer, diabetes, cirkulationsorganens sjukdomar med dödsfall relaterade till alkohol, droger, hiv eller våld) kunde man förvänta sig att rapporteringen borde vara mer omfattande än vad den faktiskt är. Övervikt är ett allvarligt hälsoproblem. Rapporteringen om våld kommer likväl överlägset på första plats i såväl Dagens Nyheter som Aftonbladet bägge åren och står för 35 respektive 45 procent av artikelmaterialen (se tabell 2). Ser vi till antalet avlidna på grund av att de utsatts för yttre våld är det ett inte ovidkommande, men ändå ett ringa antal i det stora hela. Efter våldsrapporteringen kommer hälsoriskerna narkotika och rökning, vilka såväl 1997 som 2001 behandlas i ett stort antal tidningsartiklar, totalt sett ca en tredjedel. Drog- liksom hiv-/aidsrapporteringen måste anses omfattande när hänsyn tas till antalet dödsfall direkt relaterade till dessa. Våld, narkotika och hiv/aids är ämnen som möjliggör stor dramatik och ger därmed också journalisten en enkel narrativ

ingång, vilket kan innebära att det är lättare att rapportera om dessa hälsorisker jämfört med många andra. Ämnena kan med andra ord lätt anpassas till mediernas logik.

Ovanstående rapportering om hälsorisker kan ställas i relation till resultaten från SOM-undersökningen från 1997, 1998 respektive 1999, där svenska folket vid samtliga undersökningstillfällen har bedömt narkotika och rökning som de främsta hälsoriskerna för allmänhetens liv och hälsa. Dessa hälsorisker har följts av aids, våld/övergrepp och arbetslöshet, som mycket höga hälsorisker för svenska folkets liv och hälsa, med viss variation i rangordningen för respektive år (Jarlbro, 1998, 1999b, 2000). SOM-undersökningarnas resultat kan förklaras med hjälp av mediernas så kallade dagordningsfunktion («agenda-setting») (Dearing & Rogers, 1996). Med tanke på att övervikt utgör en mycket liten del av dagspressens totala hälsoriskrapportering kan man inte förvänta sig att allmänheten upplever övervikt som en allvarlig hälsorisk. Om nu övervikt är ett så pass allvarligt hälsoproblem varför får det inte mer uppmärksamhet i medierna? Saknar ämnet nyhetsvärde? Är det inte politiskt korrekt? Eller finns det andra skäl?

Artiklarnas omfång

Utöver antalet artiklar är det intressant att undersöka storleken på artikelmaterialet. En enkel princip vid analysen av artikelstorlek är att en liten artikel motsvarar en liten nyhet, och en stor artikel kan betraktas som en stor eller viktig nyhet. Storleken på en artikel kan därmed avspegla den redaktionella bedömningen av nyhetsvärdet. Om det bara finns notiser om ett ämne och inga andra texter, kan det i själva verket tyda på att bevakningen av ämnet försämrats. Många notiser kan nämligen tolkas som att tidningen bara eftersträvar en så heltäckande bevakning som möjligt (Byrman, 1998).

Inte bara storleken utan också frekvensen i rapporteringen har betydelse för vår uppfattning om ämnets relevans. Ett ämne som ofta omnämns i dagspressen behöver dock inte nödvändigtvis få stort spaltutrymme. Många notiser är inte heller detsamma som ett ökat intresse för ämnet. Sambanden är därmed inte helt glasklara. Hur nyhetsrapporteringen ter sig beror på en mängd redaktionella faktorer till exempel tid till förfogande, ekonomi, intresse och kompetens. Mindre redaktioner är sålunda mer beroende av nyhetsbyråernas nyhetsleveranser än de större redaktionerna, som i större

utsträckning gör egna reportage och har egen bevakning av olika händelser och specialredaktioner.

Artikelmaterial i den här undersökningen är kategoriserade i databaser-na efter antalet *tecken* per artikel. Antalet tecken per artikel, i såväl PressText som Mediearkivet, inkluderar samtliga tecken eller nedslag, och rymmer således även tomma tecken (t.ex. mellanslag). Artiklarna i PressText är storleksmässigt indelade i tre kategorier: notiser (maximalt tusen tecken), mellanstora artiklar (1 001–5 000 tecken) och stora artiklar (mer än 5 000 tecken). För att möjliggöra en jämförelse mellan de olika tidningarna har denna storleksindelning behållits och applicerats på materialet från Mediearkivet, vars artikelstorlek angavs i antal tecken.

Artikelstorlek mäts på olika sätt. Somliga undersökningar anger artikelns area uttryckt i cm^2 (se t.ex. Larsson, 1992; Hellström & Åkerström, 2001). Andra undersökningar använder måttet spaltcentimeter (t.ex. Dahlgren, 1992; Citron, Bergstedt, Wallqvist & Johansson, 2000). Detta innebär, beklagligt nog, att det är svårt att göra jämförelser mellan olika undersökningars resultat. Att översätta antal tecken till spaltcentimeter, det mått som troligen är mest brukligt, görs inte friktionsfritt eftersom måttet spaltcentimeter är beroende av teckengrad, typsnitt och kägel (radavstånd). Vissa menar att det är omöjligt, andra menar att man kan göra det, men att omvandlingen alltid innebär en stor osäkerhet.¹

Det visade sig att drygt tjugo procent av artiklarna utgjordes av små enheter om maximalt tusen tecken. Drygt 60 procent av artiklarna var mellanstora, med stor spridning på artiklar mellan 1 000 och 5 000 tecken. En mindre andel om ca femton procent kategoriserades som stora artiklar. Tyngdpunkten i materialet ligger dock på mindre och medelstora artiklar. Tendensen tycks än tydligare när man bara studerar de texter som behandlar övervikt som huvudsakligt ämne (se även avsnitt Rubrik och innehåll). I dessa fall är andelen små enheter 33 procent, mellanstora 59 procent och andelen stora artiklar uppgår till bara nio procent. Detta kan jämföras med studier (Hagström, 2002) som visar att hälso- och sjukvårdsämnet i tjugo procent av fallen får stort eller mycket stort spaltutrymme.

1. I personlig korrespondens med Jozef Lewandowski, produktionschef på PressText, skriver han att det finns ingen översättning mellan antal tecken och spaltcentimeter, men hans uppskattning är att en spaltcentimeter kan motsvara 70–80 tecken. Det skulle i sin tur innebära att de tre storlekskategorierna som tillämpats i undersökningen motsvarar i mycket grova drag 0–13 spaltcentimeter (notis), 14–63 spaltcentimeter (mellanstor) samt mer än 64 spaltcentimeter (stor).

Störst andel notiser (26 procent) liksom mellanstora artiklar (70 procent) finner jag inte förvånande hos Helsingborgs Dagblad. Tidigare forskning har visat att notiserna i lokalpressen ofta är fler till antalet i relation till övrig textmassa (Byrman, 1998). Dagens Nyheter och Aftonbladets rapportering skiljer sig inte avsevärt åt på denna punkt, med ca tjugo procent av materialet i notisform respektive ca 60 procent mellanstora artiklar. Däremot skiljer sig Västerbottens-Kuriren tydligt från de andra med endast tio procent av materialet i notisform. Västerbottens-Kuriren har dessutom störst andel stora artiklar (24 procent), följd av Dagens Nyheter (22 procent). Helsingborgs Dagblad har jämförelsevis få stora artiklar, bara fyra procent av materialet. Att Västerbottens-Kurirens rapportering skiljer sig från de andra kan eventuellt förklaras med att man på redaktionen har ett särskilt intresse i att bevaka ämnet och att man bedömer det som mer relevant för sina läsare än andra redaktioner. Det som talar för en sådan tolkning är det faktum att norra Sverige i många undersökningar omtalats som ett område med hög andel diabetes (typ II) och hjärt- och kärlsjukdom i befolkningen. Det finns också exempel på större hälsoförebyggande projekt som genomförts i Västerbottens län, till exempel Norsjöprojektet (Brännström, m.fl., 1990; Brännström & Lindblad, 1993). Vad som möjligen talar emot en sådan tolkning är det faktum att den totala överviktsrapporteringen i Västerbottens-Kuriren är ringa.

I många fall är det mindre nyheter, liksom ovanliga eller oförutsedda nyheter som blir notiser. Notiser väcker många gånger fler frågor än de ger svar eftersom det ringa utrymmet inte tillåter tillfredsställande faktaförmedling, analyser eller utförliga förklaringar. Politik, näringsliv och ekonomi har historiskt sett varit de mest konventionella notisämnen. En stor del av notismaterialet syftar till att informera om händelser, fakta och åsikter (Byrman, 1998). Andra viktiga funktioner hos notisen är att underhålla. Men i notisen läser vi också om olyckor, brott och sensationella händelser. Det är en läsning som kan ha en terapeutisk funktion. Vi läser för att konstatera att det finns de som har det sämre eller värre än vi. Läsningen avleder oss på så vis från våra egna bekymmer (se vidare kap. 6, avsnittet Den fete andre). I materialet finner vi främst notiser som ger oss hårda fakta om överviktiga, om forskningens framsteg, men också en hel del skämtsamma undertoner.

En vanlig form av notiser är direktöverförda telegramtexter från TT eller någon annan nyhetsbyrå. Inte desto mindre kan jag konstatera att inte mer

än tolv procent av materialet i sin helhet har en nyhetsbyrå, svensk eller utländsk, som källa. Det skulle kunna innebära att ungefär hälften av notismaterialet är eget material, vilket djärvt skulle kunna tolkas som att små artiklar tycks överrepresenterat för överviktsämnet. För att påstå att så är fallet krävs emellertid även här någon form av jämförbar statistik. Jag har därför undersökt rapporteringen av några tidigare omtalade hälsorisker, i en av tidningarna (Dagens Nyheter) under ett givet år, för att försöka besvara frågan: hur mycket utrymme får rapporteringen om övervikt jämfört med andra hälsorisker (se tabell 5). Året som undersökts ligger tidsmässigt mitt i undersökningsperioden och är 1999.

Tabell 5: Rapporteringen om hälsorisker i Dagens Nyheter år 1999 (%)

Art.stl.	Hälsorisker i DN 1999				
	Nark.	Hiv/aids	Alko.	Öv.	Öv.*
Notis	31	20	9	17	42
Mellan	55	54	59	62	55
Large	14	26	33	21	3
N =	542	249	58	99	31
Total %	100	100	100	100	100

*=Artiklar i DN 1999 där överviktsämnet behandlas som huvudsak.

I tabell 5 kan vi se att rapporteringen om narkotika och alkoholism skiljer sig kraftigt från överviktsrapporteringen under 1999. Narkotika är en hälsorisk som fick ganska få stora artiklar, och som i en tredjedel av materialet behandlades i mindre artiklar. Alkoholism, som det rapporterades betydligt mindre om, fick däremot i en tredjedel av fallen stora artiklar, men ganska få små artiklar. Även hiv-/aidsrapporteringen ledde till procentuellt fler stora artiklar än övervikt under 1999. Det som skiljer narkotikaämnet från de andra i tabellen, är den mycket omfattande rapporteringen. Narkotikaämnet behandlas dagligen i tidningen, aids ungefär varannan dag och övervikt ungefär var fjärde dag. Den frekventa rapporteringen om narkotika torde bidra till den stora andelen mindre artiklar om ämnet.¹ Det innebär en rutinmässig rapportering, men ämnet finns med på agendan och bidrar till tidningsbevakningens bredd och därmed tidningens konkurrenskraft.

1. En möjlig förklaring till den oproportionerligt stora andelen artiklar om narkotika kan vara att ämnet faller inom ramen för kriminaljournalistik snarare än hälsojournalistik.

Det är omöjligt att dagligen finna nya vinklingar på narkotikaämnet, vilket annars skulle kunna motivera en större artikel.

Med tanke på överviktämnets allvar och problemets omfattning, jämfört med till exempel hiv/aids, borde det logiskt sett få en betydligt högre andel stora artiklar. Vid en separat analys på det artikelmaterial som behandlar övervikt som huvudsak (för en mer utförlig diskussion, se nedan Rubrik och innehåll), det vill säga de artiklar där överviktsämnet dominerar artikelns innehåll, visade sig en markant skillnad i fördelningen av artikelmaterialets storlek (se tabell 5 ovan). När överviktsämnet *verkligt* står i fokus för rapporteringen är andelen små artiklar avsevärt högre än vad som tidigare visats. Hela 42 procent av artiklarna i DN år 1999 var i notisformat, mer än hälften var mellanstora och endast tre procent utgjordes av stora artiklar. Skillnaden kvarstår då jag gör motsvarande jämförelse på mitt material i sin helhet. Därmed vidhåller jag tesen att överviktsämnet sällan får stort utrymme i dagspressens utbud.

Ursprung och typ

I större delen av materialet framgick artiklarnas ursprung. Nästan 80 procent av hela undersökningsmaterialet hade internt ursprung, det vill säga var producerat på tidningen av egen journalist, medan ca tolv procent hade en nyhetsbyrå som ursprung. Hur ett ämne framställs och behandlas är givetvis beroende av respektive dagstidnings produktionsvillkor och resurser. Mindre tidningar är i mycket större utsträckning än »drakarna« beroende av leveranser från nyhetsbyråerna för att fylla ut spaltutrymmet. De har inte heller samma möjligheter som de större tidningarna att hålla sig med egna journalister med specialkompetens inom olika områden till exempel hälsa och medicin. Det är därför inte förvånande att en mycket stor andel av artiklarna i Helsingborgs Dagblad (45 procent) är nyhetsbyråmaterial. Anmärkningsvärt nog har Västerbottens-Kuriren, en tidning med ungefär samma upplaga som Helsingborgs Dagblad, betydligt lägre andel material levererat av nyhetsbyrå (7 procent), och nästan lika stor andel egenproducerat material (86 procent) som Aftonbladet (90 procent). Skillnaderna kan vara reella, men kan också vara ett utslag av att tidningarna är olika noggranna när det gäller att tydliggöra materialets ursprung i databaserna de hämtats från. Dagens Nyheter skiljer sig från de andra tidningarna på så sätt att man oftare än övriga uppger eller refererar till annat medium

(t.ex. annan dagstidning, fackpress, radio eller teve) som ursprung. Dagens Nyheter skiljer sig också från de andra tidningarna på så sätt att en något större andel av Dagens Nyheter artiklar har »externt ursprung«, här i betydelsen text skriven av extern expert, debattör, opinionsbildare, frilansjournalist eller liknande, vilket styrker Dagens Nyheter position som ett av Sveriges viktigaste opinionsbildande organ (jfr Ideland, 2002b: 36).

Vad finns det mer att säga om vad som kännetecknar och särskiljer materialet? Pressmaterialet var redan vid utsökningen ur databaserna kategoriserat i olika typer. Denna kategorisering har legat till grund även för min kodning. Artikeltyperna som jag har använt är: notis, ledare, debattartikel, allmän nyhetsartikel. Kommentarer, krönikor och kåserier har slagits ihop i en och samma kategori som exempel på »presskårens röster«. I kategorin annat har lördags- och söndagsreportage hamnat, liksom intervjuer och personporträtt, personalia, referat och dylikt.

Merparten av materialet utgjordes av allmänt nyhetsmaterial (61 procent), endast en procent av materialet utgjordes av ledare (totalt cirka tjugo stycken under fem års tid) och knappt tre procent (knappt 50 artiklar) var debattartiklar. Andelen artiklar som hamnade i kategorin »presskårens röster« uppgick till sex procent. Dagens Nyheter hade om än få så betydligt fler artiklar jämfört med de andra tidningarna i de tre nyssnämnda artikelkategorierna. Västerbottens-Kuriren hade förvånansvärt nog inte en enda ledare eller presskårsröst under den aktuella femårsperioden.

Dagens Nyheter fungerar ofta som »nyhetsgenerator«, skriver Johansson (2000). Debatten som förs i Dagens Nyheter blir därför många gånger avgörande för hur ett ämne kommer att behandlas i andra medier. Ett och samma innehåll valsas på så vis runt i flera tidningar eftersom tidningar gärna refererar till varandra. Dagens Nyheter är därmed en viktig maktfaktor och agendasättare i samhället. Att en dagstidning arbetar mer aktivt med opinionsbildning eller information inom ett givet område kan dock inte likställas med att den har större inverkan på läsarens uppfattning om fenomenet övervikt jämfört med andra tidningar. Ur ett socialt ansvarsperspektiv är det dock intressant att studera vilka dagstidningar som lyfter fram eller ger utrymme åt ämnet övervikt och fetma på ledar- och debattsidorna.¹

1. Antalet artiklar på debatt- och ledarsidor som behandlar övervikt som huvudsak uppgår inte till mer än cirka femton stycken under hela femårsperioden. Den absoluta merparten av opinionsmaterialet behandlar alltså övervikt som en bisak.

Tidigare studier visar att det finns stora skillnader mellan journalisters och allmänhetens bedömning om vad som är viktigt i tidningen. Ofta läser medborgaren det som hon anser angeläget och hoppar över det som upplevs oväsentligt, men visst material väljer läsaren att gå förbi trots att det anses viktigt, lika väl som visst innehåll som anses oviktigt läses. Ledare och debattsidor tillhör det tidningsinnehåll som många människor anser vara viktigt, men sällan läser (Strid, 2000). En anledning till att ledare och debattsidor, men även ekonomi och näringsliv läses i ringa utsträckning är materialets svårtillgänglighet, både ifråga om språk och referensram. Troligtvis läses ledarsidorna därför av de redan initierade, det vill säga politiker, intellektuella och andra elitgrupperingar. Ledarsidorna har därmed en inte oväsentlig hälsopolitisk och hälsoekonomisk dagordningsfunktion. Journalisterna står emellertid inför en utmaning i att försöka få fler läsare ur allmänheten att ta del av detta innehåll (se kap. 5).

Rubrik och innehåll

Rubriken har en viktig roll *dels* som varudeklarant, den ska säga något om vad läsaren kan förvänta sig av textens innehåll, *dels* som aptitretare, i det att den ska locka till läsning. Rubriken har också en viktig funktion i det att den många gånger, om inte alltid, lyfter fram det som bedömts centralt i artikeltexten (jfr Pettersson, 2003). Valet av rubrik är ofta avgörande för om artikeln läses eller förbigås av läsaren. Viktigt att känna till är det faktum att det sällan är samma person som skriver brödtext och bestämmer artikelns rubrik.

Eftersom övervikt och fetma är de benämningar som används när man diskuterar sakfrågan i folkhälsosammanhang har dessa termer ansetts särskilt intressanta att studera i rubriksättningen av presstexterna. De artiklar vars rubriker har innehållit substantivet övervikt eller adjektivet överviktig(e/a), alternativt substantivet fetma eller adjektivet fet(e/a), har således fått en egen kod. Däremot har inte artiklar med synonymer till ovanstående ord (t.ex. tjockisar, kraftiga, tungviktare) inkluderats, inte heller artiklar vars rubriker indirekt behandlar övervikt (t.ex. »Så håller du dig smal«).

Det visade sig att i endast 20 procent av artiklarna omnämndes övervikt eller fetma i artikelrubriken. På denna punkt skiljde sig tidningarna ytterst lite från varandra. Aftonbladet hade dock en något högre andel artiklar med rubriker som inte nämnde övervikt eller fetma, vilket i sig kan tyckas förvå-

nande med tanke på den hälsoprofilering man gjort genom satsningen på en särskild hälsobilaga.

Detta är ett intressant resultat som kan förklaras på olika sätt. En möjlig förklaring är att termerna övervikt och fetma inte anses väcka intresse hos läsaren. Övervikt och fetma konnoterar medicinska perspektiv och hälsoförförmaningar, vilket kanske kan anses avskräcka läsaren. Redaktionens medarbetare väljer därför att framhäva andra innehållsliga aspekter i rubriken, använder annan terminologi, någon slags förskönande omskrivning eller dess motsats. En annan förklaring är att övervikt faktiskt inte behandlas i artiklarna ur ett folkhälsoperspektiv. Därmed är en annan terminologi adekvat. En tredje förklaring är att majoriteten av artikelmaterial de facto inte behandlar övervikt som ett centralt eller dominerande tema, utan huvudsakligen handlar om något annat, och därmed är det förståeligt att övervikt och fetma inte omtalas eller lyfts fram i rubriken.

En högst relevant fråga som därför ställts till artikelmaterial är huruvida övervikt varit ett självbärande ämne i texterna. Har övervikt fått stort utrymme, genomsyrat hela artikeln, och därmed varit *huvudsak* i texten, eller har övervikt snarare haft en undanskymd roll, nämnts i förbigående, fått ringa utrymme, och egentligen inte varit ett bärande ämne utan bara en term för att beskriva något – en *bisak*? Kategoriseringen av artikelmaterial i variabelvärdena övervikt som huvudsak respektive bisak är givetvis grov eftersom det finns stora skillnader även mellan artiklar som hamnat inom en och samma kategori, något som jag inte kunnat ta hänsyn till i kodningen. Inte desto mindre är detta en viktig dimension att beskriva hos materialet.

Vid en granskning visade det sig att av allt tidningsmaterial behandlade ca 60 procent övervikt som en bisak (se tabell 6). Det skulle delvis kunna förklara varför så få rubriker lyfter fram övervikt och/eller fetma i rubriken. Det finns likväl en diskrepans i statistiken som tål att granskas ytterligare. Vid en enkel korstabulering av variablerna rubrik och artikelinnehåll visade det sig att av de artiklar som behandlar övervikt som huvudsak omnämns varken övervikt eller fetma i rubriken i 60 procent av fallen. Det är alltså en stor del av materialet som behandlar övervikt, men som ges rubriker där något annat fokuseras eller annan terminologi används. Detta kan givetvis ha betydelse för läsarens tolkning och riskuppfattning när det gäller övervikt och fetma. Det kan också försvåra informationssökandet för den som aktivt letar information i frågan. Jag kan också tänka mig en mer välvillig tolkning där läsaren, tack vare den falska varudeklarationen, lockas att ta del av en

artikel som han eller hon annars inte skulle ha läst. Läsningen kan alltså falla olika ut beroende på läsarens förhandsinställning till texten (jfr Dahlgren, 1992). Resultaten antyder dock att rapporteringen inte behandlar övervikt som ett hälsoproblem utan kanske snarare som ett kosmetiskt problem. Jag får anledning att återkomma till detta nedan.

Tabell 6: Tidningarnas rapportering av övervikt som huvudsak respektive bisak 1997–2001 (%)

	DN	AB	HD	VK	Total %
Huvudsak	33	42	40	23	39
Bisak	67	58	60	77	61
Total %	100	100	100	100	100
N =	517	1 022	316	71	1 925

Trots att övervikt är dominerande tema i ett stort antal artiklar framgår det alltså inte av rubriken. Västerbottens-Kuriren avvek från de andra tidningarna i ganska stor utsträckning, då den hade den högsta andelen artiklar som behandlade övervikt som bisak (se tabell 6). Aftonbladet har högst andel artiklar där övervikt är huvudsakligt ämne (42 procent), vilket kan tolkas som ett positivt resultat, men i själva verket vet vi fortfarande inget om hur överviktsämnet i praktiken gestaltas.

Ytterligare en dimension av artikelmaterial som är värd att belysa är relationen mellan artikelinnehållet och storleken på artikeln. Det visade sig nämligen att nästan 80 procent av alla de stora artiklarna behandlade övervikt som en bisak, i drygt 60 procent av de mellanstora texterna framställdes övervikt också som en bisak. Förhållandet vände däremot för den sista artikelstorleken, notisen, där ca 60 procent av de små artiklarna behandlade övervikt som huvudsak. Resultatet är statistiskt säkerställt.¹ Vad kan man säga om detta resultat? En enkel förklaring kan vara att små artiklar av naturliga skäl sällan rymmer mer än ett ämne. Därför är det naturligt att övervikt är huvudsakligt ämne i notiserna. På samma sätt kan man resonera att en stor artikel rymmer per definition en större möjlighet att behandla flera ämnen inom ramen för en och samma artikel och därför är andelen stora artiklar som behandlar enkom övervikt få. En annan tentativ förkla-

1. Skillnaderna var signifikanta ,000 på signifikansnivån *** (=0,001), eller om man så vill sannolikheten är 1 på 1 000 att sambandet uppkommit av en slump.

ring är att övervikt är ett ämne som i sig själv inte är tillräckligt nytt, intressant, relevant, alarmerande eller sensationellt för att utgöra huvudsak i större artiklar.

Kön och ämnesval

Svenska Journalistförbundet (SJF) är ett yrkes- och fackförbund för journalister vid svenskt eller i Sverige verksamt massmedium. Till medlemmarna räknas även »andra journalistiskt verksamma« till exempel frilansskribenter och de med minst ett års dokumenterad yrkesverksamhet inom journalistik, till exempel personer inom offentlig informationsverksamhet (Melin-Higgins, 1996). Organisationsgraden är stor och ca 95 procent av de verksamma journalisterna är anslutna, varför man i stor utsträckning kan likställa förbundets medlemmar med journalistkåren i stort.¹ Förbundet har totalt ca 19 000 medlemmar (SJF, 2001). Av dessa är 6 656 verksamma inom dagspress; 43 procent är kvinnor och 57 procent är män, uppger man på journalistförbundet.²

Könsskillnaderna inom journalistkåren har minskat betydligt de senaste trettio åren. Det finns dock fortfarande en ojämn könsfördelning medierna emellan. På kvällstidningarna dominerar männen, och på nyhetsmedier i allmänhet är männen väsentligt fler än kvinnorna (Lindblom-Hulthén, 2000b; jfr Löfgren Nilsson, 2000). På Dagens Nyheter och Aftonbladet, de två stora nationella tidningarna i undersökningen, är könsfördelningen på redaktionerna ganska jämn (se figur 2, kap. 3), dock med en viss dominans av manliga journalister. På lokaltidningarna, Helsingborgs Dagblad och Västerbottens-Kuriren, domineras redaktionerna däremot kraftigt av manliga journalister (ca 60 respektive 70 procent).

Tidigare forskning visar att det finns tydliga skillnader ifråga om journalisternas ämnesval. Det har visat sig att manliga journalister oftare än sina kvinnliga kollegor skriver om samhälle, arbetsmarknadsfrågor, ekonomi och inte minst sport. De kvinnliga kollegorna tenderar däremot att i större utsträckning bevaka ämnen som skola, familj, kultur, sociala frågor och »feature« (Melin-Higgins, 1996). En traditionell uppdelning mellan könen lever sålunda kvar även i journalistiken och samvarierar med hårda respektive mjuka bevakningsområden, »tunga« respektive »lätta« ämnen samt

1. Personlig kommunikation, Ragnar Forsén, SJF, 2002-06-07.

2. Personlig kommunikation, Maria Tillström, SJF, 2002-06-13.

bevakning av den offentliga kontra den privata sfären – kort och gott ett hög- respektive lågstatusområde.¹ Idag tyder dock inte mycket på att de manliga ämnena skulle ha en högre status i utbudet än de kvinnliga, åtminstone när det gäller placeringen av dem, menar journalistikforskaren Löfgren Nilsson (2000). Hon påstår också att mjuka ämnen som sociala frågor och vård finns lika ofta på löpsedeln som ekonomi och brott. Något stöd för detta påstående presenterar hon tyvärr inte. Däremot, skriver hon, är andelen hårda nyheter betydligt större än andelen mjuka nyheter i utbudet. Detta tyder likväl på att de manliga bevakningsområdena tilldelas högre nyhetsvärde.

På senare år har det skett en ökning av så kallade mjuka nyheter samtidigt som vissa nyheter på dessa områden minskat kraftigt (t.ex. kultur). Löfgren Nilsson (2000) menar att det förvisso är brukligt att tala om en ämnesmässig uppdelning mellan manliga och kvinnliga journalister, men dessa skillnader ska inte överdrivas. Den kommersialisering och popularisering som ägt rum inom journalistiken har inneburit att medierna givetvis måste ta hänsyn till att halva marknaden (publiken) består av kvinnor, men också att mjuka ämnen med betoning på vardagsliv och konsekvenser för den enskilde individen har fått en högre prioritet.

Med denna vetskap om kårens respektive redaktionernas sammansättning, men också journalisters ämnesval var det relevant att undersöka huruvida övervikt och fetma är ett ämne som behandlas av manliga eller kvinnliga journalister. Med tanke på redaktionernas sammansättning kunde man förvänta sig att rapporteringen om övervikt och fetma borde behandlas i större utsträckning av manliga än kvinnliga journalister. Så var dock inte fallet.

Det visade sig att en stor del av artikelmaterialen, ca 42 procent, är författat av kvinnlig journalist/skribent; 32 procent av materialet har dock en manlig skribent som upphovsman. Ytterst få artiklar är samförfattade av man och kvinna (en procent), men i så mycket som en fjärdedel av materialet framgår inte om det är en kvinnlig eller manlig journalist som ligger bakom artikeln. Det innebär att vi har ett stort internt bortfall på variabeln, och slutsatserna är därför osäkra.

Skälen till det interna bortfallet är antingen att artikeln inte varit signerad (t.ex. är notiser ytterst sällan signerade och en inte oansenlig del av pressmaterialet utgörs av notiser), eller att det inte gått att uttolka journalistens

1. Jfr Strids (2000) undersökning om läsares och journalisters bedömning av vad som är viktigt innehåll.

kön av signaturen. Om vi bortser från det interna bortfallet finner vi att andelen artiklar författade och signerade av kvinnliga journalister uppgår till nästan 60 procent av materialet. Övervikt skulle därmed falla inom ramen för det som kallas kvinnlig journalistik. Detta kan kanske förklara överviktsämnets förhållandevis ringa rapportering samt höga andel små artiklar.

Många journalister upplever sig ha stort inflytande i det dagliga arbetet. Inte desto mindre är redaktionell position en av flera faktorer som begränsar den enskilde journalistens frihet och självständighet. Viss ämnesmässig styrning från nyhetschefer förekommer. Det var dock vanligare förr att de kvinnliga journalisterna rutinmässigt tilldelades vissa ämnen. De skillnader vi ser idag i journalistiken mellan kön och ämnesval är i större utsträckning ett utslag av aktiva val av de kvinnliga journalisterna, menar Löfgren Nilsson (2000). Detta kan givetvis diskuteras. De aktiva valen kan i själva verket vara ett utslag av vanans makt, men också redaktionella normer och förväntningar på den kvinnliga journalistiken.

Placering

Mindre än en procent av artiklarna nådde första sidan, och då endast som förstasidespuff, det vill säga inte självbärande artikel. Helsingborgs Dagblad var den tidning som stod för majoriteten av puffarna. Aftonbladet stod för återstoden och de andra två tidningarna hade inte vid något tillfälle eller vid enstaka tillfälle under undersökningsperioden placerat övervikt eller fetma på tidningens förstasida. Det är således ett undantag snarare än en regel att ämnet förekommer på förstasidan.

Dahlgren (1992) menar, i sin undersökning av kriminaljournalistiken under mitten av 1980-talet, att nyheter om brott också endast i undantagsfall får en förstasidesplacering. Inte desto mindre förekom elva procent av Dahlgrens undersökta brottsartikelmaterial på tidningens första sida, antingen som sammanfattande puff, komplett artikel eller artikel som hänvisade in i tidningen för fördjupad läsning. Med hänsyn till att Dahlgrens undersökning baseras på material från 1984 och 1985, kan man misstänka att de refererade förhållandena har förändrats avsevärt, särskilt med tanke på att brotts- och våldsrapporeringen ökat (jfr Citron, m.fl., 2000). Om medierna hade eftersträvat att spegla verkligheten skulle överviktsproblematiken haft en annan placering i tidningarna. Övervikt och fetma borde förekom-

ma på förstasidorna i lika stor omfattning som brotts- och våldsrappporter, med tanke på överviktsproblemets omfattning och antalet människor som dör i överviktsrelaterade sjukdomar jämfört med exempelvis antalet döda på grund av fysiskt våld. Detta är ett exempel på hur medierna konstruerar bilder av verkligheten istället för att spegla den.

När det gäller placeringen av materialet under olika avdelningar/vinjetter så är variationerna mellan tidningarna inte stora, med ett fåtal undantag. En fjärdedel (25 procent) av artikelmaterialet är placerat under avdelningen inrikes nyheter. En nästan lika stor andel av materialet (20 procent) är placerat under annan avdelning, det vill säga annan avdelning än de som ingått i kodschemat (se bilaga 1). Exempel på sådana avdelningar kan vara På stan, Konsument, Lördag/Söndag, Sista sidan eller Insidan, Utkiken, Leva & bo, Namn & nyheter. Aftonbladet skiljer sig här från de andra tidningarna, vilka har en relativt stor andel av sitt material placerat under annan avdelning. Att Aftonbladet markant avviker från de övriga kan troligen förklaras med Aftonbladets särskilda »hälsoprofilering«, vilket bland annat innebär att material om övervikt och fetma i stor utsträckning placeras i den särskilda hälsobilaga som ges ut varje vecka sedan 1996. Av Aftonbladets material har en dryg tredjedel hamnat i denna bilaga, vilket utgör cirka 20 procent av materialet i sin helhet.

Sex procent av det totala artikelmaterialet har placerats under avdelningen utrikesnyheter och en lika stor andel finner vi under sportsidorna, där man till exempel behandlar och kommenterar idrottsstjärnors övervikt. Två frekventa exempel är fotbollspelarna Thomas Brodin och Diego Maradona. Även om Aftonbladet inte har en särskild utrikesvinjetterad avdelning kan man konstatera att Aftonbladet har en något högre andel utrikesnyheter än övriga tidningar. Vi finner merparten av det lokala artikelmaterialet (fem procent av materialet totalt) i Helsingborgs Dagblad och Västerbottens-Kuriren, vilket är föga förvånande eftersom de har en tydlig lokal prägel. Dagens Nyheter är förvisso också lokaltidning i Stockholm, men dess överviktsnyheter har en mer nationell än lokal betoning. Det kan antingen bero på att det lokala perspektivet inte tydliggörs i artikelmaterialet, eller på att det lokala presenteras som nationella nyheter.

Andra undersökningar visar på att en stor del av svenska folket upplever att det finns en »Stockholmsimperialism« i nyheterna. Detta fenomen tar sig två uttryck: *dels* får händelser i Stockholm relativt stort utrymme även i lokala nyheter, *dels* lyfts Stockholmsnyheter upp till att bli riksnheter (Jarl-

bro, 2002). Hadenius och Weibull (1999) menar att det faktum att Stockholm är centrum i det svenska nyhetsystemet inte är något konstigt i sig utan det är en naturlig konsekvens av att Stockholm är Sveriges politiska och ekonomiska centrum. Fenomenet är ingalunda unikt för Sverige, utan samma tendens finner vi världen över.

En avdelning som endast finns representerad hos Aftonbladet är avdelningen »kvinna«. Detta förklaras av att Aftonbladet under ett antal år hade en särskild kvinnobilaga. Bilagan lades dock ned tidigt under år 2001. Tio procent av Aftonbladets rapportering har publicerats i denna bilaga. Aftonbladet har tydligen gjort den bedömningen att övervikt och fetma är ett ämne som särskilt intresserar eller har relevans för kvinnor.

Illustrationer

Nyhetsbilden tjänar flera funktioner. Den illustrerar texten; den lockar eller leder läsaren in i texten, men nyhetsbilder kan också i sig utgöra nyheten, vilket är vanligt inom kategorin drama/action, menar Dahlgren (1992). Texten är dock det primära och bilden ett tillägg. Att bilder har fått en allt större del av det mediala utbudet har inte gått någon spårlöst förbi. Idag utgörs en stor andel av materialet i dagstidningar av bilder, vilket delvis förklaras av dagstidningarnas ökade sidvolym – fler sidor innebär fler illustrationer. Bildmaterialet tycks dock öka främst i landsortspressen (Nilsson & Severinsson, 2001).

I denna undersökning står texten och *inte* bilden i fokus. Jag har likväl undersökt i vilken utsträckning artiklarna är illustrerade och jag har kunnat konstatera att ungefär hälften av texterna var försedda med fotografi, teckning, diagram eller annan grafik. Skillnaderna var stora och signifikanta mellan de fyra dagstidningarna. Dagens Nyheter och Helsingborgs Dagblad uppvisade ungefär samma mönster med 35 respektive 38 procent illustrerat material. Aftonbladet och Västerbottens-Kuriren var i sin tur mer benägna att illustrera artiklarna med 65 respektive 50 procent illustrerat material.

Aftonbladet har naturligt nog en betydligt högre andel illustrerade artiklar jämfört med övriga tidningar i undersökningen. Tabloidpressen har alltid haft en stor andel bildmaterial i sitt utbud. Det är en del av deras affärsidé. Bilder prioriteras och nyheter värderas i stor utsträckning utifrån hur bra de kan illustreras (Gustafsson, 1996; Hadenius & Weibull, 1999). Ofta dominerar bilden brödtexten och bilden kan till och med utgöra själva nyhe-

ten. Ett exempel på detta i mitt material är så kallade »framgångshistorier« (för en utvidgad diskussion om genren, se kap. 6). Dessa berättelser förekommer rikligt i Aftonbladets rapportering och är i princip alltid ackompanjerade av foton på individen före och efter viktminskning. I dessa artiklar kan bildmaterialet i princip betraktas som självbärande nyheter.

Vad som också visat sig är att ju större artikel desto större sannolikhet att den är illustrerad, ett samband som kan synas självklart. Mer yta ökar möjligheten till större och fler bilder. Med tanke på att flera artiklar om övervikt är små eller medelstora skulle det kunna innebära att överviktsrapporteringen har en något mindre andel illustrerade artiklar än många andra ämnen. Det kan i sin tur ha betydelse för i vilken utsträckning ämnet uppmärksammas av läsaren. Hur det exakt förhåller sig på denna punkt framgår dock inte i denna undersökning.

Överviktsämnets perspektiv

Variabeln Överviktsperspektiv kan beskrivas som de olika sammanhang som övervikt eller fetma sätts in i artiklarna. Perspektiven växte i stor utsträckning fram ur materialet vid läsningen av det. Materialets fördelning på de olika kategorierna redovisas i tabell 7.

Att uttolka det huvudsakliga perspektivet i en artikel är inte alltid lätt. Om artikeln genomsyras av endast ett perspektiv är kategoriseringen enkel. Förekommer flera perspektiv i varierande utsträckning och på ett ostrukturerat sätt kan det bli betydligt svårare. I de senare fallen har såväl rubrik som ingress fått vara vägledande, men inte alltid avgörande. Materialet har kategoriserats i följande perspektiv: *folkhälsa-/riskperspektiv* (övervikt som hälsoproblem eller riskfaktor för t.ex. diabetes (typ II), blodpropp, cancer, impotens), *kosmetiskt perspektiv* (artiklar där skönhet, kroppsideal och utseende står i fokus och övervikt likställs med ett skönhetslyte), *prestationsperspektiv* (övervikt som hinder för att kunna resa, röra sig, prestera i sportsliga sammanhang), *socialt perspektiv* (övervikt som socialt stigma, artiklar om mobbning, diskriminering, social isolering), *hälsopolitiskt/hälsoekonomiskt perspektiv* (ett perspektiv som egentligen är en sammanslagning av flera och rymmer artiklar som behandlar vårdorganisationer, behandlingsformer, förskrivning av läkemedel, budget/ekonomi, etik och prioritering i sjukvården), *forskningsperspektiv* (artiklar som behandlar övervikt främst som föremål för forskning och vetenskapliga framsteg), *närings/industri-*

perspektiv (artiklar där övervikt behandlas i ett sammanhang av kommersiella intressen, t.ex. artiklar om Viktväktarna, läkemedelsindustrin och dess investeringar, kommersiella bantningspreparat och dess försäljningsstatistik m.m.).

Ytterligare fyra kategorier användes för att kategorisera pressmaterialet. En kategori benämndes *djur*. I den kategorin hamnade alla artiklar som behandlade djurs, främst husdjurs men även andra djurs, övervikt. Enda undantaget var försöksdjur som hamnade i kategorin forskningsperspektiv. En annan kategori var *bara egenskap*. Denna kategori kom att rymma de artiklar där orden övervikt eller fetma endast förekommer för att beskriva en person (t.ex. »Han var överviktig, trött och...«, »alla jag ser är överviktiga«), utan vidare kommentarer eller ambition att förklara eller utveckla. Övervikt blir här en egenskap eller ett attribut och det är därför inte relevant att tala om ett eget perspektiv.¹ I kategorin flera perspektiv, hamnade artiklar där flera perspektiv på övervikt förekom samtidigt och inget dominerade över de andra utan hade lika stort utrymme alternativt samma framtoning. Slutligen kategorin annat, som kom att rymma de artiklar som inte självklart kunde sorteras in i övriga kategorier. Till exempel material från familjesidor där en nutritionists eller överviktsexperts födelsedag uppmärksammas, eller artiklar som i förbigående omtalar överviktsenhet eller klinik utan att behandla övervikt eller fetma per se.

Ser vi till hela materialet så är hälso-/riskperspektivet den främsta vinklingen på övervikt och fetma, även då vi tar hänsyn till hur ämnet behandlas (se tabell 7). Hälsokategorin dominerar med mer än en tredjedel av materialet följt av kosmetikperspektivet. Värt att notera är att en ansevärd del av materialet som behandlar övervikt som huvudsakligt ämne belyser det ur ett kosmetiskt perspektiv (26 procent). Ser vi till materialet i sin helhet så omtalar tretton procent av artiklarna övervikt som en yttre fysisk egenskap. Om dessa artiklar skulle läggas till de artiklar som behandlar övervikt ur ett kosmetiskt perspektiv skulle den framträdande representationen av övervikt i materialet behandla ämnet som en utseendefråga. Ytterligare ett framträdande perspektiv var det som behandlade övervikt i ett forsknings-sammanhang. Därefter kom det hälsopolitiska och hälsoekonomiska perspektivet (på cirka fem procent vardera). Inom det så kallade prestationssammanhanget finner vi huvudsakligen artiklar som beskriver över-

1. Dessa artiklar (245 totalt) kom i fortsättningen att behandlas som internt bortfall, vilket innebär att det totala antalet artiklar i vissa tabeller inte uppgår till 1 925.

viktens konsekvenser för idrottsligt aktiva. Artiklarna utgör ca fyra procent av materialet. Ungefär lika stor andel av materialet sorterades in i kategorin näringsliv/industri, och inom perspektivet socialt stigma hamnar tre till fem procent av artiklarna, beroende på om vi tar hänsyn till hur ämnet behandlas (som bisak respektive huvudsak).

Tabell 7: Perspektiv på övervikt i rapporteringen 1997–2001 (%)

Perspektiv	%	%*
Folkhälsa/risk	37	34
Kosmetik/skönhet	18	26
Prestation	4	3
Socialt handikapp	3	5
Hälsopol./hälsoek.	5	5
Forskning	7	11
Näring/industri	4	4
Djur	1	2
Flera perspektiv	4	8
Bara egenskap	13	0
Annat	4	3
Total %	100	101
N =	1 925	745

*= Artiklar där övervikt utgör huvudsakligt ämne

Rangordningen av perspektiven var snarlik för de olika tidningarna, även om den procentuella andelen artiklar inom varje kategori kunde skilja sig åt betydligt (se nedan tabell 8).¹ Det framgår av tabellen att hälsoriskperspektivet är den främsta kategorin för samtliga dagstidningar. Därefter kom perspektivet kosmetik/skönhet som näst största kategori hos Aftonbladet och Dagens Nyheter. Överviktsforskning får också stort utrymme i dagstidningarnas rapportering. Den hälsopolitiska och hälsoekonomiska vinklingen på rapporteringen är inte särskilt omfattande hos någon tidning. I Dagens Nyheter hamnar perspektivet på fjärde plats efter forskningsper-

1. Observera att i tabell 8 ingår endast de artiklar där övervikt är dominerande ämne (totalt 745 artiklar). Notera också att procentberäkningen för Västerbottens-Kuriren baseras på mycket få enheter (N = 16) och resultaten måste därför tolkas med stor försiktighet.

spektivet. I Aftonbladet finns kategorin anmärkningsvärt nog överhuvudtaget inte med bland de sju främsta perspektiven. Samma sak gäller för kategorin näringsliv/industri, som också hamnar långt ned i prioriteringen hos samtliga tidningar. Ekonomiska frågor tycks därmed inte alls så framträdande i rapporteringen om övervikt som till exempel etnologen och journalisten Ideland (2002a: 87) menar. Jag skulle vilja påstå att forskning om övervikt och fetma liksom de olika företag som profiterar på överviktiga allt för sällan ifrågasätts och kritiskt granskas, åtminstone i de i denna undersökning studerade dagstidningarna (se vidare kap. 6).

Tabell 8: Tidningarnas rangordning av perspektiven 1997–2001 (%)

DN	%	AB	%	HD	%	VK	%
Hälsorisk	29	Hälsorisk	34	Hälsorisk	36	Hälsorisk	44
Kosmet.	18	Kosmet.	32	Forskning	19	Fl. persp.	19
Forskning	14	Forskning	9	Kosmet.	15	Pol./ek.	13
Övriga	39	Övriga	25	Övriga	30	Övriga	24
Total %	100	Total %	100	Total %	100	Total %	100
N =	170	N =	432	N =	127	N =	16

Hälso/riskperspektivet dominerade i samtliga artikeltyper. En ganska stor andel av notiserna behandlade övervikt ur ett forskningsperspektiv (14 procent). Ledarna dominerades naturligt nog av det hälsopolitiska/hälsoekonomiska temat (32 procent). Lika stor andel av ledarna som behandlade övervikt ur ett hälsoriskperspektiv (27 procent) nämnde övervikt bara i förbigående, utan vidare kommentarer. Även bland debattartiklarna finner vi att ca femton procent av texterna inte försöker skapa debatt i ämnet i fråga utan går summariskt förbi det och tillskriver överviktsämnet vare sig relevans eller intresse. Presskårens röster i form av kommentarer, krönikor och kåserier behandlar övervikt först och främst som ett skönhetslyte (28 procent).

Vi kan alltså konstatera att ett visst perspektiv dominerar rapporteringen om övervikt – hälso-/riskperspektivet. För att försöka belysa detta resultat ytterligare har jag analyserat i vilken utsträckning övervikt behandlas som huvudsak eller bisak inom de olika perspektiven (se tabell 9). Vidare har jag undersökt hur mycket utrymme de olika perspektiven får i rapporteringen.

I tabell 9 framgår det att när övervikt behandlas som en hälsorisk är ämnet bisak snarare än huvudsak i rapporteringen. I 64 procent av artiklarna som

framställer övervikt som en hälsorisk behandlas ämnet i förbigående och utgör inte fokus för artikeln. Ungefär samma förhållande råder för flera andra perspektiv däribland det hälsopolitiska/hälsoekonomiska och det mer marknadsorienterade perspektivet kallat näringsliv/industri. För forsknings- och djurperspektivet råder nästan exakt motsatt förhållande. Det innebär att i dessa sammanhang är överviktsämnet huvudsak i majoriteten av artiklarna. I artiklar som representerar övervikt som ett kosmetiskt problem är ämnet i nästan lika stor utsträckning huvudsak som bisak. Slutsatsen är därmed att även om hälsoriskperspektivet framstår som det mest frekventa perspektivet så är det ett perspektiv där övervikt snarare utgör bisak än huvudsak i artikeln i sin helhet. Övervikt kopplat till en diskussion om hälsorisker är sällan självbärande ämne i en artikel utan framställs snarare mellan raderna, och kombineras med andra frågor som inte nödvändigtvis har något med övervikt att göra.

Tabell 9: Övervikt som huvudsak eller bisak inom respektive perspektiv (%)

	Häl.	Kos.	Pre.	Soc.	Pol.	Fors.	När.	Djur	Övr.	Tot %
H-sak	36	55	24	64	37	64	33	61	55	39
Bisak	64	45	76	36	63	36	67	39	45	61
Tot %	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
N =	706	348	79	59	104	132	79	23	150	1 680

Det framgår också att hälsoriskperspektivet (liksom forskningsperspektivet) förekommer oftare i notiser än den kosmetiska vinklingen gör (22 respektive 16 procent) och får därigenom mindre utrymme i tidningarna. Kosmetik/skönhetsperspektivet har dessutom nästan dubbelt så stor andel långa artiklar jämfört med hälsoriskperspektivet. Andra perspektiv som till exempel djur och socialt handikapp har också många långa artiklar. En förklaring kan vara att ämnen som kan vinklas hårt eller personifieras har större möjligheter att tillskansa sig spaltutrymme.

Ytterligare en fråga som kan vara intressant att få besvarad är huruvida det finns några samband mellan journalistens kön och val av perspektiv. Kan man med hjälp av artikelmaterialet säga något om huruvida kvinnliga respektive manliga journalister föredrar vissa perspektiv framför andra? Det visade sig att skillnaderna mellan könen inte var stora. De kvinnliga journalisterna hade jämfört med de manliga kollegorna en något högre andel artik-

lar inom perspektiven hälsa/risk och kosmetik/skönhet. Differensen uppgick dock till bara fem procentenheter i bägge fallen. Däremot hade de manliga kollegorna dubbelt så stor andel artiklar inom prestationsperspektivet jämfört med de kvinnliga skribenterna. En förklaring härtill kan vara att dessa artiklar ofta var placerade på sportsidorna och andelen manliga sportjournalister är som vi vet betydligt högre än andelen kvinnliga dito.

Rapporteringens aktörer och arenor

Den fråga som kommer att besvaras nedan är: Vem kommer till tals på respektive scen? Vilka arenor uttalar man sig om och ifrån vilken arena sker utspelen?

Huvudsaklig aktör är benämningen på de personer som i störst utsträckning kommer till tals i frågan. Det finns alltså endast en huvudsaklig aktör per artikel. Aktörerna ges möjlighet att uttala sig och citeras i texten, till skillnad från en så kallad omtalad aktör. Detta är personer som aktörerna omnämner, men som aldrig ges ordet. I denna undersökning har endast den huvudsakliga aktören studerats. En enskild individ, en intresseorganisation, ett företag eller en myndighet kan ta på sig aktörsrollen och det är oftast enkelt att sluta sig till vem som är huvudsaklig aktör i en artikel (se tabell 10).

De aktörskategorier som varit aktuella här är följande: *medicinsk expertis* (läkare, medicinska och andra naturvetenskapliga forskare, nutritionister m.fl.), *annan forskningsexpertis* (t.ex. sociologer, psykologer), *politiker*, *artister/kändisar* (t.ex. idrottsstjärnor, konstnärer, musiker, skådespelare), *näringslivsrepresentanter* (t.ex. VD för företag, ägare till gym eller »fitnessklubb«, personalkonsulenter, hälsokostförsäljare, advokater, livsmedelsproducenter), de överviktigas intresseorganisation *Överviktigas Riksförbund* (ÖR), *journalist/medierepresentant*, *medborgare* eller *annan aktör*. Slutligen skapades en kategori även för artiklar där flera aktörer uttalade sig, men ingen dominerade framför de andra.

Med tanke på att en stor del av materialet, vilket redovisats i tidigare avsnitt, behandlar övervikt ur ett folkhälso-/riskperspektiv är det kanske inte så förvånande att medicinsk expertis utgör en av de främsta aktörerna i artikeltexterna (se tabell 10). Bland de medicinska experterna är det en som citeras oftare än alla andra. Det är Stephan Rössner, professor vid Huddinge sjukhus. Hans titlar är många. I pressen omtalas han bland annat som kost-

Tabell 10: Huvudsaklig aktör i respektive tidning 1997–2001 (%)

Aktör	Tidning				Total %
	DN	AB	HD	VK	
Medicinsk expertis	26	19	32	58	25
Annan forskare	3	0	2	1,5	1
Politiker	4	2	4	5	3
Artist/kändis	2	6	3	1,5	4
Näringsliv	5	1	3	6	3
ÖR	3	1	1	2	1
Journalist	41	50	41	17	45
Medborgare	6	15	4	6	11
Myndighet	3	1	4	0	2
Annan	5	4	6	4	4
Ingen dominerar	3	2	0	0	2
Total %	101	101	100	101	101
N=	424	902	288	66	1 680

expert, författare, bantningsprofessor, president för världens fetmaforskar-federation, veckans kock och överviktsexpert.

Ekström och Nohrstedt (1996) påpekar att många gånger bygger rapporteringen på ett fåtal kända och vedertagna källor, som kan garantera en tillräckligt korrekt och saklig rapportering utan att journalisterna behöver kontrollera sanningshalten i deras uttalanden. Har en person väl hamnat i mediernas källkartotek blir denne därför ofta på nytt kontaktad. Detta kan vara en förklaring till att samma personer gång efter annan återkommer i rapporteringen om övervikt. Det finns en slags etablerad och pålitlig ensemble av aktörer och »mediestjärnor« som vet hur man ska uttrycka sig för att vara medialt intressant. Det är också dessa som anlitas för kommentarer eller värderingar.

Att journalistkåren själv skulle stå som främsta aktör och dominera uttalandena i nästan hälften av alla artiklarna var för mig ett något mer förvånansvärt resultat. Tidigare studier visar dock på liknande resultat. Både Hellström och Åkerström (2001) visar i sina studier att journalisterna själva är de kvantitativt mäktigaste rösterna i medierna och utgör aktör i 25 respektive 35 procent av artikelaterialet. Även om journalisterna är den främsta

aktören i Hellström och Åkerströms studier så är journalisternas dominans inte så stor som fallet är i min undersökning. Intressant att notera är också att såväl politiker som representanter för näringsliv/industri i så liten utsträckning kommer till tals i materialet i sin helhet. En förklaring till att näringslivet, till exempel livsmedelsproducenterna är så dåligt representerade i materialet kan vara att de verkar genom andra kanaler, vilket inte syns i medietexterna. Exempelvis visar Nestle (2002) hur livsmedelsproducenter i USA påverkar politiker, medier och befolkningen i stort genom att anlita lobbyister och PR-konsulter.

Anmärkningsvärt nog uttalar sig artister och kändisar i större utsträckning om övervikt än både politiker och myndigheter, men också näringslivsrepresentanter samt de överviktigas egen intresseorganisation (ÖR). Att det är så beror inte på att kändisarna har en större expertis. Det kan snarare förklaras av det faktum att det alltid har funnits ett intresse för eliten i samhället och eliten som källa i medierna (Hvitfelt, 1985). Det finns åtskilliga verk som på olika sätt behandlar just problematiken i journalistikens beroende av eliter och elitinstitutioner. Ekecrantz och Olsson (1994) menar exempelvis att eliten antas per definition kunna servera sanningar. De tillskrivs därför högre trovärdighet än andra källor: «... att referera till elitinstitutioner har blivit detsamma som att vara objektiv, eftersom de producerar konventionella sanningar» (a.a.: 252).

Att politiker inte är en mer framträdande aktör i artikelmaterialen kan bero på att övervikt ännu inte etablerats på den politiska dagordningen och blivit en stor politisk fråga. Den politiker som vi oftast möter i pressklipp är den socialdemokratiska socialministern Lars Engquist, vars uttalanden i stor utsträckning handlar om att »avmedikalisera« överviktsfrågan. Övervikt kan inte lösas med medicin och det kan inte främst vara statens ansvar att lösa individens viktproblem, menar Engquist. Bland myndighetsaktörerna finner vi framför allt Livsmedelsverket, Socialstyrelsen, Läkemedelsverket och i sällsynta fall Folkhälsoinstitutet, numera Statens folkhälsoinstitut. Det som i tabell 10 ovan benämns »annan aktör« är till exempel lärare eller annan skolpersonal, idrottsledare eller fotbollstränare, djurskötare, representanter för fackförbund och andra intresseorganisationer.

Journalisterna själva är emellertid de som i störst utsträckning uttalar sig om övervikt. Den enda tidningen som avviker från detta mönster är Västerbottens-Kuriren, vars främsta aktör utgörs av medicinsk expertis. Detta faktum kan troligtvis förklaras av att man på tidningen inte har någon jour-

nalist som specialiserat sig på området, medan man på de andra tidningarnas redaktioner har särskild bevakning inom områdena hälsa, medicin, vetenskap. Aftonbladet är den tidning som i minst uträkning låter olika auktoriteter, till exempel medicinsk expertis, andra forskare, politiker och myndighetsrepresentanter, komma till tals om övervikt. I Aftonbladet kommer däremot journalisterna i större uträkning än i andra tidningar till tals. Vad vi också kan se är att Aftonbladet har en större andel artister och kändisar som uttalar sig om övervikt, men också en betydligt högre andel medborgare som kommer till tals. Detta stämmer väl överens med Aftonbladets redaktionspolicy där det i klartext sägs att: »Aftonbladet ska ge röst åt vanligt folk« (Lundin, 2002a). De andra tidningarna har en något mer balanserad aktörskarta. Med det menar jag att även om journalister eller medicinska experter tycks dominera nyhetsbevakningen så kommer även andra aktörer, om än en mindre andel, till tals i ungefär lika stor uträkning, vilket kan ge en något större opinionsmässig mångfald.

Även om det är journalisterna som avgör vilka aktörer som får möjlighet att komma till tals, arbetar somliga aktörer mer offensivt än andra för att göra sin röst hörd, informera eller skapa opinion. Självklart uttalar sig aktörer om olika saker beroende på expertkunskap och intresse. Den medicinska expertisen och andra forskare uttalar sig således i större uträkning än övriga om övervikt som ett problem för individens hälsa. Politikerna och myndighetsrepresentanterna gör en högre andel uttalanden om övervikt ur ett hälsopolitiskt/hälsoekonomiskt perspektiv, ör uttalar sig i större uträkning än andra om övervikt som ett socialt stigma, och artister och kändisar omtalar övervikt huvudsakligen som ett skönhetslyte. Medicinare, journalister och medborgare är de aktörer som uttalar sig inom samtliga områden som diskuterats i framställningen ovan. Övriga aktörer håller sig inom något mer avgränsade områden.

Även när det gäller aktörer kan det vara intressant att undersöka hur stort utrymme de får när de väl kommer till tals. Det visade sig att journalister, ör och myndigheter oftare än andra får komma till tals i små artiklar, medan näringslivsrepresentanter, artister/kändisar och medborgare i högre omfattning än de andra aktörerna har fått relativt stort redaktionellt utrymme.

Vid en korstabulering av aktörer och övervikt som huvudsak eller bisak visade det sig intressant nog att i de artiklar där *experter* eller fackmän av något slag dominerar (t.ex. forskare, näringslivsrepresentanter, politiker, myndigheter) behandlas övervikt i många fall som en *bisak*. När *lekmän*

däremot kommer till tals (t.ex. medborgare eller representanter för ÖR) behandlas övervikt i lejonparten av materialet som *huvudsak*. En förklaring till detta kan vara det faktum att dessa inslag rymmer stora möjligheter att sätta en individ och dess övervikt i fokus och därmed skapa den personifiering och dramatisering som är så viktig för mediernas försäljningsframgång (jfr diskussionen om medielogik i kap. 2). Något som också talar för denna tolkning är det faktum att en högre andel av artiklarna där medborgare (86 procent), ÖR (64 procent), och kändisar (90 procent) uttalar sig är illustrerade, jämfört med övriga. Det är alltså somliga aktörers uttalanden som ackompanjeras av foton eller annat bildmaterial i större utsträckning än andras. Detta kan i sin tur ha betydelse för huruvida och vilket slags artikelmaterial läsaren uppmärksammar när det gäller övervikt.

Majoriteten av aktörerna (94 procent) gör sina utspel eller uttalanden ifrån en svensk arena. Helsingborgs Dagblad är den tidning som har högst andel icke-svenska utspel (10 procent), medan Västerbottens-Kuriren är den tidning varifrån så gott som samtliga utspel görs från den inhemska arenan. Dessa skillnader kan troligen förklaras med hjälp av begreppspar centrum–periferi. Helsingborgs Dagblads redaktion ligger närmare Europa och övriga västvärlden än Västerbottens-Kuriren med redaktionellt säte i Umeå.

70 procent av tidningstexterna behandlar den svenska arenan; 20 procent behandlar icke-svenska namngivna arenor; sju procent behandlar både svenska och icke-svenska namngivna arenor (i lika omfattning inom en och samma artikel), och i ett par procent av artikelmaterialet framgår inte den berörda arenan. Det kan exempelvis handla om att en given aktör uttalar sig om ett ämne eller en fråga på en global nivå. Skillnaderna mellan tidningarna överensstämmer med dem för utspelsarenan. Aftonbladet är dock den tidning som har störst andel material (24 procent) som behandlar utländska förhållanden. Motsvarande siffra för Dagens Nyheter är knappt sexton procent.

Karaktär på rapporteringen

Den sista variabeln som här ska redovisas är »karaktär«, vilken anger pressmaterialets prägel eller stil (se tabell 11, notera att i tabellen ingår endast artiklar där övervikt utgör dominerande ämne). Karaktären bestäms utifrån det helhetsintryck som artikeln ger. Följande kategorier har använts: *alar-*

merande, analyserande/förklarande, beskrivande, försäkrande/hoppingivande, frågande, humoristisk/ironiserande, mix samt ingetdera.

Alarmerande karaktär kan innebära såväl låg alarmeringsgrad som hög. Det finns således alltid en viss spännvidd på artiklarna som hamnat inom en och samma kategori. För att anses alarmerande räcker det dock inte att texten omtalar övervikt som en riskfaktor för till exempel hjärt- och kärlsjukdom. Jag har bedömt det mer som en beskrivning eller ett konstaterande än en varning. För att en artikel ska kodas alarmerande krävs att den förmedlar en känsla av förestående fara, ett växande problem eller hot, som kräver liv, oroar eller liknande. Många gånger kan journalistens ordval vara en tydlig vägledning för kodningen av karaktären. Exempelvis tolkar jag följande ordval som försök att alarmera: »en briserande fetmabomb«, »en global epidemi«, »attentat mot folkhälsan«. Artiklar som kodats analyserande/förklarande har dominerats av en ambition att försöka beskriva orsaker till och konsekvenser av övervikt, alternativt problematisera och reflektera kring övervikt i ett vidare kulturellt eller samhällligt perspektiv. Artiklar som kodats beskrivande är de som på ett ganska oreflekterat sätt presenterar ett budskap eller återger fakta. De beskriver ett fenomen, förlopp, en händelse eller liknande, utan anspråk på att ifrågasätta, förklara eller nyansera (t.ex. »läkaren berättade hur han på 1920-talet behandlade två överviktiga...«). Försäkrande/hoppingivande artiklar har ett lugnande budskap (t.ex. »vi hoppas kunna hitta en lösning...«). Ett typexempel är artiklar om den senaste fetmaforskningen där löften ges om nya mediciner och mirakelkurer, men även artiklar som visar på goda förebilder och framgång hos enskilda medborgare ifråga om att hantera övervikt. Frågande artiklar ställer inte så förvånande frågor snarare än ger läsaren svar. Humoristiska artiklar är de som har ett tydligt underhållande syfte, där texten svårligen kan tas på fullt allvar eller tolkas bokstavligen. Många kåsörer, krönikörer och kolumnister har en humoristisk eller snarare ironiserande stil. Humor och ironi förekommer ofta som »strimma«, men sällan som röd tråd i en hel artikel. Mixade är de artiklar som saknar *ett* dominerande särdrag och som istället drar åt olika håll. I kategorin ingetdera hamnade slutligen artiklar som inte passade in i någon av de tidigare kategorierna, exempelvis artiklar som var uppmanande eller förlåtande.

Nästan 40 procent av allt tidningsmaterial har en beskrivande och ganska oproblematiserad karaktär (se tabell 11). Andelen artiklar som är alarmerande är lika stor som andelen försäkrande artiklar, om man ser till materialet i sin

Tabell 11: Rapporteringens karaktär (%)

Karaktär	DN	AB	HD	VK	Total %
Alarmerande	17	19	24	38	20
Analyserande	17	11	15	19	13
Beskrivande	41	36	45	38	39
Försäkrande	6	29	13	6	20
Frågande	7	3	0	0	3
Humoristisk	3	1	2	0	2
Mix	9	1	1	0	3
Ingetdera	0	2	0	0	1
Total %	100	102	100	101	101
N =	170	432	127	16	745

helhet. Detta tyder på att det finns olika åsikter om och en stor ambivalens kring övervikt och fetma. Västerbottens-Kuriren tycks vara den tidning som har högst alarmeringsgrad.¹ Aftonbladet har betydligt fler lugnande och hoppigivande artiklar än övriga tidningar. Detta får anses vara ett intressant resultat med tanke på att kvällspressen i många sammanhang anklagas för att vara överdrivet eller i onödan alarmerande. En förklaring kan vara att tidningen av hänsyn till sina läsare dämpar alarmeringsgraden för att inte stöta bort dem. Rapporteringen hos de olika tidningarna är dock ganska likartad, med vissa procentuella differenser.

Om vi jämför rapporteringens karaktär för de olika årtalen i den studerade femårsperioden, tycker jag mig kunna se en viss förändring i rapporteringen över tiden. Intressantast är det att följa andelen alarmerande och försäkrande artiklar (se tabell 12, notera att i tabellen ingår endast artiklar där övervikt utgör dominerande ämne).

I tabell 12 nedan kan vi utläsa en markant ökning (tredubblad) av andelen alarmerande artiklar i dagstidningarna. År 1997 var andelen alarmerande artiklar elva procent och 2001 uppgick andelen till 30 procent. Motsatt utveckling kan vi se när det gäller andelen försäkrande och lugnande artiklar, där andelen år 1997 uppgick till 26 procent av det totala antalet artiklar det året, medan vi 2001 bara finner hoppigivande budskap i 13 procent av materialet. Detta visar att ämnets journalistiska behandling tydligt har

1. Procentberäkningen för Västerbottens-Kuriren i tabell 11 baseras på ett lågt N-tal och resultaten bör därför tolkas med viss försiktighet.

Tabell 12: Rapporteringens karaktär på årsbasis (%)

Karaktär	Årtal					Tot %
	1997	1998	1999	2000	2001	
Alarmerande	11	18	19	20	30	20
Analyserande	13	15	10	14	14	13
Beskrivande	39	37	41	37	39	39
Försäkrande	26	23	22	20	13	20
Frågande	4	3	3	3	3	3
Ironiserande	1	1	2	3	0	2
Övriga	7	4	3	4	1	4
Total %	101	101	100	101	100	101
N =	140	140	135	185	145	745

förändrats under de fem åren. Övervikt och fetma har allt mer kommit att representeras som ett förestående hot och ett allvarligt problem, vilket kan få konsekvenser för allmänhetens uppfattning och bedömning av denna hälsorisk. Vi ska dock inte glömma att en mängd budskap samtidigt motverkar larmet och intygar att det inte är fara på taket, dessutom utlovas botemedel inom en snar framtid, mer om detta i följande två kapitel.

Summering och reflektioner

En allt större del av mediernas utbud behandlar individens hälsa, såväl den själsliga som den kroppsliga. Trots detta utgör hälsobudskapen en försvinnande liten del i det totala medieutbudet. Journalistikforskaren Strid har med femårsintervall sedan 1979 låtit svenska folket och journalister viktighetsbedöma olika slags utbud i den lokala morgontidningen. Bland de nästan fyrtio innehållskategorier som deltagarna får bedöma ingår anmärkningsvärt nog inte hälsa som egen kategori (Strid, 2000).

Många gånger är hälsoutbudet så pass litet att det inte redovisas i de undersökningar som faktiskt görs (se t.ex. Nilsson & Severinsson, 2001). Detta medför bland annat att det finns få studier att jämföra föreliggande undersökningsresultat med. Citron med flera (2000) har i en studie om lokal mediemångfald i Norrköping uppskattat andelen nyhetsinslag om sjukvård, medicin och hälsa till cirka fyra procent av det totala medieutbudet. Uppgiften baseras på artiklar och inslag som producerats en vecka i

september 1999, i de sex lokala medierna (press, radio och teve). Vi vet dock att rapporteringen om hälsa och sjukvård kan skilja sig åt avsevärt både mellan olika kanaler och på olika nivåer: lokala, regionala och nationella (Hagström, 2002). Eide och Hernes (1987) genomförde i mitten av 1980-talet en innehållsanalys av hälsoreportage i sex större norska dagstidningar. En liknande undersökning av svenska förhållanden har gjorts av Hagström (2002) i slutet av 1980-talet. De norska forskarna fann bland annat att en stor dagstidning publicerar i snitt tio artiklar om hälsa per vecka, varav minst en har förstasidesplats, och minst en tidningsledare i veckan handlar om hälsofrågor (Eide & Hernes, 1987). Hagström (2002) konstaterar i sin undersökning att svenska tidningar i genomsnitt publicerar två till tre artiklar dagligen om hälso- och sjukvård, alltså något mer frekvent än de norska. Vidare redovisar Hagström att i snitt når hälsofrågor i åtta procent av fallen förstasidan och så ofta som var tredje till var fjärde dag förekommer opinionsbildande material (både ledare och debattartiklar).

I föreliggande undersökning kan vi konstatera att det totala utbudet om övervikt och fetma i de i studien inkluderade dagstidningarna har ökat under perioden 1997–2001, med en toppnotering år 2000. Aftonbladet står ensamt för hälften av artikelmaterial. Vi kan också konstatera att de nationella tidningarna har en högre rapporteringsgrad i ämnet än de lokala. I snitt ges det ut sju artiklar i veckan under undersökningsperioden, eller knappt två artiklar per tidning och vecka, ett resultat som kan tyckas förvånansvärt högt (eftersom det inkluderar enkom artiklar om övervikt och fetma) om vi jämför med tidigare forskningsresultat (se avsnittet ovan). Vi bortser dock härmed från att hälsorapporteringen troligtvis ökat sedan de refererade studierna genomfördes på 1980-talet. Vid en jämförelse med andra hälsorisker finner jag nämligen att övervikt och fetma får avsevärt färre omnämningar eller om man så vill mindre redaktionellt utrymme. Mina resultat visar bland annat att en hälsorisks faktiska hot gentemot befolkningen inte står i paritet med dess mediala rapportering. Detta har betydelse för allmänhetens bedömning av övervikt som hälsorisk. Så länge exempelvis narkotika och hiv/aids lyfts fram i så stor utsträckning som de gör i dagspressen kommer de troligen att betraktas som allvarliga hälsorisker oavsett hur många i Sverige som årligen avlider i orsaker relaterade till dessa problem. Försvårande omständigheter i detta sammanhang är att överviktens konsekvenser visar sig först på lång sikt. Människan överlever en »överdos« mat, men riskerar att omgående dö av en överdos narkotika. Övervikt

saknar denna omedelbarhet och därmed också en dramaturgi som många gånger är nödvändig för att få medial uppmärksamhet. Till saken hör också att narkotika ofta kopplas till kriminalitet och hiv kopplas till sexualitet, vilket också för med sig andra dramaturgiska möjligheter än överviktsämnet.

Flertalet artiklar om övervikt är små eller medelstora, skrivna av kvinnliga journalister, och tillhörande kategorin allmänt nyhetsmaterial. Det finns jämförelsevis få ledare – i snitt en ledare per tidning och år – och debattartiklar – i snitt 2–3 per tidning och år – som behandlar övervikt eller fetma under de fem åren. Det är dessutom synnerligen få nyheter om övervikt eller fetma som når den så åtråvärda förstasidan (jfr Eide & Hernes, 1987; Hagström, 2002). Sveriges ledande opinionsbildande tidning, Dagens Nyheter, har inte en enda gång under perioden 1997–2001 placerat överviktsämnet på förstasidan, vilket säger något om ämnets journalistiska prioritet.

Ett mönster hos alla tidningarna är att merparten av artiklarna utesluter övervikt och fetma i rubriken. Så görs även om artikelns innehåll huvudsakligen behandlar detta ämne. Undersökningen visar också att merparten av artiklarna representerar övervikt och fetma som bisak snarare än huvudsak. Det är sällan ett självbärande ämne i nyhetsrapporteringen, utan omtalas i förbigående. Förvisso representeras övervikt mest frekvent som en hälso-risk, men när så sker görs det i ett sammanhang då överviktsämnet inte är ett dominerande tema i rapporteringen.

En betydande del av artiklarna behandlar övervikt som ett kosmetiskt problem. Denna representationsform är starkt framträdande särskilt i Aftonbladets rapportering. Det hälsopolitiska och hälsoekonomiska artikel-materialet upptar förvånansvärt nog en liten del av det totala materialet, och finns överhuvudtaget inte representerat i Aftonbladet. I Eide och Hernes (1987) refererade undersökning hade så mycket som 60 procent av all hälso-rapportering en hälsopolitisk vinkling. En slutsats i min studie är därför att övervikt inte utgör en prioriterad politisk fråga under den studerade perioden.

Ser vi till rapporteringens karaktär är den, oberoende av tidning, aktör och perspektiv på övervikt, beskrivande och ganska oproblematiserad. Andelen alarmerande artiklar har dock ökat väsentligt under undersökningsperioden, samtidigt som andelen lugnande artiklar minskat. Likväl kvarstår en motsägelsefullhet i rapporteringen om övervikt och fetma.

Den dominerande aktören är journalistkåren själv, som tillsammans med den medicinska expertisen är huvudsaklig aktör i nästan tre fjärdedelar av artikelmaterialet. Det är sällan som politiker, näringslivsrepresentanter, eller livsmedelsproducenter kommer till tals eller ställs till svars i tidningsmaterialet. Den organisation i Sverige som de facto säger sig aktivt bedriva opinionsbildning i sakfrågan och representera de överviktiga, ÖR, kommer också sällan till tals i tidningarna. Medborgarnas röster finner vi representerade i samtliga tidningar, men de tycks tala »högst«, åtminstone i detta ämne, i Aftonbladet.

På det stora hela tycks prioriteringsordningen av olika perspektiv på övervikt, karaktären på rapporteringen samt huvudsaklig aktör i artiklarna vara om inte identisk så snarlik i de fyra tidningarna. De största skillnaderna mellan tidningarnas rapportering om övervikt och fetma finner vi inte mellan nationell press och landsortspress, utan mellan prenumererad morgonpress och lösnummerförsäld kvällspress. Härmed lämnar vi den kvantitativa delen av undersökningen. Återstående empirikapitel fokuserar på kvaliteter snarare än kvantiteter hos materialet.

Åsikter om övervikt

EN KVANTITATIV ANALYS är förvisso många gånger intressant och upplysande, men lämnar också frågor obesvarade. Det är därför dags att presentera vad en närläsning av tidningstexterna har att säga om övervikt. Vi ska nu förflytta oss från texternas yta till det som står att finna bortom det omedelbara.

En stor del av materialet beskriver kulturella distinktioner och föreställningar. Därför blir också en del av analysen en sammanfattning och diskussion av dessa. Det som följer är att betrakta både som en resultatredovisning – en beskrivning av materialets innehåll och karaktär, och en tolkning av detsamma. Detta och följande kapitel är alltså resultatet av den kvalitativa analysen. I detta kapitel behandlas *opinionsbildande* tidningsmaterial. I nästa kapitel diskuterar jag det *allmänna* nyhetsmaterialet.

Opinionsbildande material finner vi i ledare, ledarstick, kolumner och debattartiklar. Ledarsidan är den plats tidningen har till sitt förfogande för att kommentera och analysera aktuella skeenden, skapa opinioner, placera ämnen på dagordningen, uppmana till åtgärd och handling eller ställa frågor. På ledarsidan tydliggörs tidningsredaktionens officiella ståndpunkt i en given fråga (för en utförlig diskussion om ledarsidan och dess roll i opinionsbildningen, se Nord, 2001). I mitt material förekommer såväl traditionella inomredaktionella ledarartiklar, ledarstick och ledarkommentarer skrivna av tidningens egna journalister, som kolumner författade av inbjudna skribenter.

Debattartiklar skrivs, till skillnad från ledarartiklar, sällan av tidningens egna medarbetare, även om det är fullt möjligt. Istället är det personer utanför mediefären som kommer till tals på detta sätt. Men vem är det som kommer till tals? Vems debattinlägg accepteras? Svaret är: de som tidningen bedömer har något relevant och intressant att säga. Oftast består de accep-

terade debattörerna av redan kända och etablerade personer inom forskarvärlden eller den politiska sfären.

Både opinionsbildande journalistik och allmän nyhetsjournalistik kan vara argumenterande och kommenterande till sin karaktär. Lösryckta tidningstexter kan därför vara svåra att särskilja från varandra. Det är dock viktigt att hålla de två typerna isär. Läsaren vet vanligtvis att det opinionsbildande materialet är skrivet för att påverka eller övertyga i en viss fråga. Opinionsmaterialet läses därför med andra förutsättningar än det allmänna nyhetsmaterialet – om det överhuvudtaget läses (jfr undersökningen av Strid (2000) i kap. 4). Även om opinionssidorna i dagspressen är ett forum för en mindre krets – samhällets elit – så är de inte mindre relevanta och intressanta att studera eftersom de trots allt fungerar som anslagstavlor för viktiga aktörer i samhället. Dessutom fångas ledare och även debattsidornas ämnen i viss mån upp och belyses eller diskuteras i tidningarnas nyhetsartiklar, men också i andra medier. Debattartiklarna bidrar därmed också till att »skapa« nyheter. Dagens Nyheter har en särställning framför andra dagstidningar när det gäller att påverka medieagendan.

I detta kapitel redovisar jag det opinionsbildande materialet i Aftonbladet, Dagens Nyheter, Helsingborgs Dagblad och Västerbottens-Kuriren under perioden 1997–2001. Materialet består sammanlagt av 74 artiklar, varav ett 30-tal kommer från tidningarnas ledarsidor och ett drygt 40-tal är debattartiklar. Mer än en tredjedel av det opinionsbildande materialet publicerades under år 2001. Samtliga kursiveringar i tidningscitaten i både detta och nästföljande kapitel är mina egna kursiveringar.

Tematiska ingångar och kapitlets disposition

Innan jag börjar diskutera opinionsmaterialet mer i detalj vill jag förtydliga vad som står i fokus för kapitlet samt de frågor som jag behandlar. Enkelt uttryckt kan man säga att tre ting står i centrum: opinionsmaterialets *aktörer*, deras *utsagor* samt utsagornas *stil*. Med andra ord har opinionsmaterialet analyserats utifrån frågan: vem säger vad om övervikt och på vilket sätt? Utsagorna kan sorteras in under tre övergripande teman. Dessa är: överviktens definitioner, överviktens alarmeringsgrad samt ansvarsfrågan.

Inledningsvis jämför jag på en övergripande nivå ledarmaterialet med debattmaterialet. Därefter ger jag under rubriken *Sjukdom, skönhetslyte eller något annat?* exempel på hur övervikt gestaltas i texterna. Här besvaras

frågan: Vad är övervikt och hur definieras det i opinionsmaterialet? Detta leder vidare till avsnittet *Från alarmering till avalarmering* och frågan om huruvida övervikt anses farligt eller inte. Jag kommer i samband härmed att särskilt uppmärksamma det språkbruk som aktörerna använder i alarmeringen samt resonera kring de möjliga konnotationer eller tankeassociationer som det kan ge upphov till hos läsaren. Jag behandlar också frågan om vem som alarmerar och i vems intresse alarmeringen görs. När jag behandlar larmen kommer jag även in på riskbudskapens karaktär och begriplighet.

En annan viktig fråga som kommer fram i materialet är ansvarsfrågan. Vem »äger« hälsan och vem står för kostnader i samband med ohälsa? Går någon fri från ansvar, eller tar någon för lite ansvar när det gäller övervikt? Vad kan göras för att lösa problematiken och vem ska göra jobbet? Detta är ytterligare några frågor som jag behandlar i kapitlet.

Kapitlet avslutas med avsnittet *Även biroller spelar en roll*, i vilket jag ger exempel på hur stereotyper och fördomar om övervikt reproduceras i opinionsjournalistikens språkdräkt.

Ledare kontra debattartiklar

Opinionsmaterialet kan i sin helhet beskrivas som präglad av mångfald. Jag finner flera olika röster men också ett antal motsättningar och tvetydigheter. Budskapen är ibland svårbegripliga och lämnar också frågor obesvarade.

Under den studerade perioden är övervikt sällan självbärande ämne på ledarsidorna utan övervikt åker antingen snålskjuts på andra ämnen (t.ex. »genmat«, alkoholpolitik, minskad simundervisning i skolan) eller omnämns kortfattat och i förbigående som en personlig egenskap eller egenskap på organisation eller liknande. Kännetecknande för dessa korta omnämnananden är att övervikt många gånger kopplas till negativa händelser och fenomen, något som skribenten tar avstånd från eller ogillar.

Att övervikt har en underordnad roll i ledarmaterialet förstärks av det faktum att inte en enda ledare nämner övervikt eller fetma i rubriken. I debattmaterialet förekommer däremot termerna i några av rubrikerna.

När det gäller debattmaterialet kan jag konstatera att det på flera punkter skiljer sig från ledarmaterialet. I debattmaterialet finns generellt fler aktörer, fler berättelser, fler ståndpunkter och intressen representerade. Att tala om sammanhängande debatter låter sig dock svårligen göras eftersom

merparten av debattartiklarna inte tydligt formar en debatt. Den absoluta majoriteten av debattartiklarna utgör istället enstaka inlägg utan tydlig opponensroll i en slags pågående diskussion med fokus på olika detaljer istället för helheter.

I ledarartiklarna är det inte befolkningens övervikt som är det stora problemet, utan istället är det Xenical och dess finansiering som man uttrycker oro inför. Det som skiljer debattartiklarna från ledarartiklarna är att övervikt i större utsträckning är självbärande ämne – huvudsak. Det som också skiljer debattartiklarna från ledarmaterialet är att övervikt i större utsträckning handlar om folkets välmående och hälsa än om statens finanser. På debattsidorna råder en högre grad av alarmering kring övervikt jämfört med ledarsidorna. I debattmaterialet finner vi likaså mer information i sakfrågan. Här behandlas hälsoriskerna övervikt, orsaker till övervikt, konsekvenserna av övervikt samt riskgrupper. I debattartiklarna presenteras också medicinska forskningsrön och den senaste folkhälsostatistiken.

Sjukdom, skönhetslyte eller något annat?

Vår uppfattning om övervikt har betydelse för hur vi väljer att leva. Vår uppfattning om övervikt har också betydelse för hur vi ser på och behandlar andra i vår omgivning. Medierna har en viktig roll när det gäller att påverka våra uppfattningar. De tillhandahåller definitioner av och föreställningar om övervikt. Frågan jag ställer här är alltså: Hur definieras övervikt i opinionsmaterialet?

Vi finner flera olika parallella röster i artiklarna. Somliga aktörer definierar övervikt som en sjukdom, andra beskriver det som ett kosmetiskt lyte, men vi har också enstaka exempel på aktörer som definierar övervikt som ett slags normaltillstånd. Övervikt är i dessa fall inte ett problem utan något normalt. Det är snarare andra tillstånd som är avvikande. Att vara fet är att vara »som de flesta andra«, antyder en ledarskribent i Aftonbladet (971207). Vi är överviktiga eftersom vi finns, skriver en ledarskribent i HD, med en viss men inte självklar ironisk underton.

En del litar till Descartes »jag tänker alltså är jag«, andra väljer den exhibitionistiska tesen: »jag syns, alltså är jag«, ytterligare andra – en majoritet av oss antagligen – inser helt enkelt att vi *inte skulle dra på oss övervikt*, kladda ner favoritbyxor med sillspad och kaffesump från soppåsen och tvingas se Lennart Daléus på tv *om vi inte fanns*. De dagliga plågorna är bevis nog. (HD, 000628)

Individen tycks oförmögen att värja sig mot övervikt. Mot sin vilja »förfettas« befolkningen. Övervikten smyger sig på. Plötsligt är den bara där; en naturlig del i vår vardag.

Slutligen har vi de som definierar övervikt i termer av kronor och ören – ett samhällsekonomiskt problem.

En sjukdom som alla andra

De överviktigas intresseorganisation (ÖR), bidrar under de fem studerade åren med endast ett debattinlägg.¹ Det publiceras i Aftonbladet september 1999. Under rubriken *Fetma ÄR en sjukdom* kritiserar Lars Åhman (tidigare ordförande i ÖR) politiker, sjukvården och samhället i stort för att ha nonchalerat överviktsproblemet och behandlingen av överviktiga. Även medierna kritiseras för att ha bidragit till att lansera och skapa allt för stora förväntningar på läkemedlet Xenical. Åhman försöker också i artikeln att en gång för alla slå fast att övervikt ska betraktas som en sjukdom. »Fetma är idag Sveriges största folksjukdom« [...] Endast rökningen utgör ett större hot«, skriver Åhman och fortsätter:

Till för några år sedan har man hanterat överviktsproblematiken genom att skuldbelägga de överviktiga och säga åt dem att »skärpa sig och ta sig i kragen och börja banta«. Sedan började forskningen upptäcka att övervikt är en genetiskt betingad sjukdom. (AB, 990924)

Artikeln avslutas med följande vädjan:

Till sist en liten from önskan: Måtte svenska folket inse att övervikt inte är ett skamfyllt, självförvållat missbruk, utan *en sjukdom som vilken som helst*. En behandlingsbar, men kronisk sjukdom, som kräver livslång behandling. (AB, 990924)

Härmed sjukförklarar Åhman en stor del av Sveriges befolkning. Det är dock inte säkert att Sveriges överviktiga ställer upp på Åhmans definition av övervikt som en sjukdom. Likaså finns det anledning att reflektera över huruvida övervikt är som vilken sjukdom som helst, och i vilken utsträckning övervikt kan vara självförvållad eller inte. Att övervikt är som vilken sjukdom som helst skulle kunna betyda att den orsakas av bakterier eller virus, att den är smittsam eller att den kan behandlas och går över, men så tycks inte vara fallet. Sjukdomen är nämligen kronisk, påstår Åhman. Argument för att definiera övervikt som en sjukdom saknas, med undantag av referensen till

1. Fler debattinlägg kan givetvis ha skickats till tidningarna, men endast ett har publicerats.

den tidigare påtalade genforskningen. Tidigare i artikeln skriver dock Åhman:

Att vi överviktiga sedan många år letat efter en underkur för att bli smala är väl känt. Vi överviktiga har hoppats på en gratis och snabb kur som ska göra oss smala för evigt. (AB, 990924)

ÖR:s talesman använder sig här av en slags skönhets-/lyckoretorik (som vi känner igen från andra sammanhang) när han talar om övervikt. Att vara smal är förvisso inte bara en estetisk dimension utan också en fysiologisk, men övervikt tycks här jämföras med ett kosmetiskt problem. Drömmen är att bli smal, skriver Åhman, inte för stunden utan för all framtid. Vi kan notera en förväntan om att övervikt ska behandlas snabbt och lätt med en »kur«, utan någon större insats från individen själv. Vilka andra sjukdomar försvinner över en dag utan att individen själv måste bidra till »läkningsprocessen»? Alla sjuka hoppas nog på snabb och enkel bot, men har kanske en mer realistisk syn på återhämtningen. Överviktiga kan därför uppfattas som naiva och bekväma i den meningen att de tycks förvänta sig triviala lösningar. Den raska underkuren, nämnd i citatet ovan, strider mot Åhmans ord i hans vädjan där han talar om livslång behandling. Jag finner med andra ord en ambivalens och motsägelsefullhet i Åhmans debattinlägg.

Åhman är emellertid inte ensam om att likställa övervikt med sjukdom. I opinionsmaterialet finner vi såväl journalister som läkare som är av samma uppfattning. »Fetman är en folksjukdom«, skriver en reporter i Helsingborgs Dagblad (000108), och i debattartikeln *Ett folkhälsoproblem: Fetma – världens snabbaste växande epidemi* (VK, 000523) finner vi ytterligare exempel på att övervikt definieras som en sjukdom.

SJUKDOMSHIERARKIN – VISSA SJUKDOMAR ÄR FINARE ÄN ANDRA · Vår syn på kroppen förändras hela tiden och är beroende av den tid vi lever i. I en artikel antyds det att fetma egentligen inte är en sjukdom, men har med tiden blivit det. Tack vare den medicinska och tekniska utvecklingen som nu gjort det möjligt att behandla fetma har övervikt gått från icke-sjukdom till att definieras som en sjukdom. Att något *kan behandlas* av sjukvården medför att vi kräver att det *ska behandlas*.

Trycket på sjukvården ökar. Nya tekniker sänker kostnaderna för enskilda ingrepp. Samtidigt ökar mängden vård som kan ges. Man kan operera åkommor som tidigare inte kunde behandlas. Toleransen för sjukdomar minskar. Patien-

terna kräver behandling för alltifrån fetma till depression och kronisk smärta. Nya diagnoser tillkommer ... (HD, 010204)

I citatet är fetma en av två extremer (»allt från fetma till depression«), en ytterlighet på en sjukdomsskala. Fetma blir därmed också ett tvivelaktigt sjukdomstillstånd. Ska det betraktas som en sjukdom, eller är det ett gränfall? Ska det behandlas inom ramen för traditionell sjukvård eller inte? Detta är några av de frågor som också dyker upp i texter som behandlar subventioneringen av Xenical. I Helsingborgs Dagblad kan man exempelvis läsa följande:

Samhällets rabatter på dyra livsstilsläkemedel är redan en hård belastning. En statlig läkemedelsnämnd som sorterar i floran verkar logisk. Vad säger att medel mot fetma, depression eller impotens ska rabatteras, när andra metoder än piller kan fungera. (HD, 001004)

Vad som antyds i citatet är en begränsning av vad som ska ingå i sjukdomsbegreppet. Tillstånd som på något sätt kan åtgärdas eller läkas av sig själv – utan medicinsk behandling – är inte att betrakta som sjukdom. Att som i citatet ovan benämna mediciner för livsstilsläkemedel är också ett sätt att skilja på livsstilsrelaterade tillstånd och »riktiga« sjukdomar.

Det finns en slags *sjukdomarnas hierarki* där olika sjukdomar tillmäts olika status beroende på graden av självförvållande. Man kan tala om fullvärdiga sjukdomar, allvarliga sjukdomar som individen inte kan värna sig mot. Exempelvis omtalas Parkinson i artikeln citerad ovan, men hit hör även cancer och flera andra dödliga sjukdomar. Alla är överens om att Parkinson är en allvarlig sjukdom. Det drabbar lyckligtvis inte så många, men att drabbas av den är en tragedi. Drabbade har rätt till adekvat vård och hjälp av den svenska statligt finansierade sjukvården. Här finns inget moraliskt dilemma eller behov av etiska överväganden.

Vardagssjukdomar är också riktiga åkommor, men med lägre status. De är inte lika allvarliga, inte livshotande och det är betydligt fler som drabbas av dem. Faktum är att de är så vanligt förekommande att ingen höjer på ögonbrynen om man drabbas av dem. Ibland kan de gå över utan behandling. Hit hör till exempel bihåleinflammation, luftvägskatarr, urinvägsinfektion, förkylningar, med mera.

Slutligen har vi vad man skulle kunna kalla en slags »lyxsjukdomar«. De orsakas inte av bakterier eller virus. De är istället relaterade till hur vi lever

och kan därmed ge upphov till frågor om etik och moral. Etiska frågor om överviktsbehandling går man dock ogärna in på i artikelmaterialen.

Till kategorin lyxsjukdomar hör exempelvis hudförändringar som rynkor efter för mycket solande, håravfall på grund av stress, impotens och övervikt. Det är tillstånd som vi kan leva med, men som vi idag har råd att bekymra oss för och metoder för att behandla. Det är kroppsliga tillstånd som inte är att betrakta som sjukdomar, utan som ett uttryck för en livsstil i obalans. De är inte befogade att behandla medicinskt och de faller därför utanför den traditionella sjukdomsdefinitionen, anser främst ledarskribenterna. Liknande resonemang förs i till exempel DN (000510; 981025a) och Aftonbladet (990213).

Ett kosmetiskt lyte

I flera av artiklarna, särskilt i ledarmaterialet, definieras övervikt huvudsakligen som en utseendefråga eller ett skönhetsfel. Det sägs inte alltid rakt ut, men står att läsa mellan raderna, i skribenternas ordval och sätt att formulera sig. Övervikt likställs med håravfall, rynkor och andra utseenderelaterade »åkommor«. P. C. Jersild kallar exempelvis Xenical för »bantningsmedel«, när han i en ledarkolumn diskuterar införandet av placebo i svensk sjukvård (DN, 990911). Att benämna en medicin för bantningsmedel är en indikation på att medicinen inte är till för att behandla sjukdom i traditionell mening, utan för att åtgärda ett utseenderelaterat problem. Mediciner mot övervikt benämns gärna i artiklarna som »medel« och »preparat«, ord som vi är vana att använda då vi talar om hälsokost eller andra inte godkända läkemedel, vars innehåll och verkan det ofta råder tvekan om. Att dessutom beskriva preparatens syfte som att göra våra »liv bättre«, eller »lättare i fler dimensioner«, förstärker intrycket av att övervikt behandlas för att vi snabbt ska bli snygga – inte sundare eller mindre sjuka.

Viktminskning tycks föra in nya dimensioner i livet, främst skönhet, inre tillfredsställelse och lycka. Många ledarskribenter talar också om mediciner mot övervikt som »lyckopiller«. I en figurtext talas det exempelvis om »handen full av lycka« då en näve Xenical och Viagra hålls fram (AB, 990213). Att gå ned i vikt handlar snarare om att bli lycklig än att erhålla en god hälsa. Att viktminskning och en smal kropp garanterar personlig lycka och framgång är en föreställning som gång efter annan återkommer i materialet.

När kroppsprojekt omtalas i texterna är det inte den sunda och friska kroppen som åsyftas, utan den vackra och attraktiva (jfr kap. 1). Under

rubriken *Otäckta perspektiv – inte bara för idrotten* (HD, 010305) uttrycker ledarskribenten en oro för att vi på olika sätt manipulerar våra kroppar genom dopning, piller och droger i syfte att försöka göra oss attraktiva, efterfrågade, rika, högpresteraende och framgångsrika. Som ett led i detta har vi blivit mer riskbenägna, och journalisten varnar läsaren för dylika kroppsprojekt:

Utseendefixeringen är utbredd. Bara de som har formfast byst, slanka linjer, breda axlar eller rak näsa räknas. Efterfrågan på snabba bantningspreparat, laserknivar, silikoninplantat och så vidare växer. Kanske är vi bara i början av en utveckling mot nya preparat och tekniker som erbjuder genvägar att bli attraktiv och efterfrågad. (HD, 010305)

Kroppsprojekt är riskfyllda projekt. Mycket står på spel och de får absolut inte haverera: »Att misslyckas med vikten är att misslyckas stort i vår stränga, fettfixerade tid« (DN, 010421).

»KVINNOR PLOCKAR ÖGONBRYN OCH BANTAR« · Temat genus och övervikt kommer att behandlas utförligare i kapitel 6, men jag vill redan här kort beröra det eftersom det finns representerat inte bara i det allmänna nyhetsmaterialet utan också i opinionsmaterialet.

Att kroppsprojekt är något som särskilt berör kvinnor påtalas i texterna på både ett manifest och ett latent plan. När skribenten till exempel i citatet från HD (010305) (se avsnittet ovan), talar om »formfast byst, slanka linjer, laserknivar och silikoninplantat« så är det sannolikt inte de manliga medmänniskorna han haft i åtanke, även om han inte bokstavligen talar om kroppsprojekt och kvinnor.

Av alla artiklar i opinionsmaterialet utmärker sig några på så vis att de tydligt sätter in övervikt i en berättelse om kvinnliga skönhetsideal och utseendets betydelse för kvinnors framgång. I artikeln *Vi får fel syn på sex* (DN, 980605) hävdar tre unga kvinnliga vänsterpartister att det jämställda samhället och kvinnors möjlighet till självständig utveckling motverkas av ett antal aktörer: vecko- och kvällstidningsbranschen, nyhetsjournalistiken och politiken, mode- och reklambranschen samt porrindustrin, vilka på olika sätt gör kvinnan och hennes kropp till ett objekt och en konsumtionsvara. Skribenterna vänder sig mot utseendefixering och kroppen som ett skönhetsprojekt.

Vi som skriver det här har vuxit upp i en värld där vi ständigt matas med en bild av kvinnan som säger att utseendet är det viktigaste för att lyckas. Vi tillhör en

generation där vi aldrig blir nöjda med vår kropp och vårt utseende. Att vara kändis är det bästa man kan vara, att få synas är att finnas. [...] Friheten för kvinnor att välja hur vi ska se ut, hur vi vill vara och vad vi vill göra inskränks i tidig ålder på ett tydligt sätt. Vi vet att om vi är överviktiga kommer vi inte att accepteras. [...] Vi uppmanar dig – kvinna, man, mamma, pappa, arbetare, VD på företag eller politiker att ... inte uppmuntra människor att banta eller gå ned i vikt... Vi har alla ett gemensamt ansvar för att se människor som de är och att motverka utseendefixeringen som gör att så många kvinnor koncentrerar sig mer på att plocka ögonbryn och banta än på att kräva lika lön för samma arbete... (DN, 980605)

I sin strävan efter att förändra rådande föreställningar bekräftar och förstärker de tre skribenterna existerande uppfattningar om kvinnor och vikten av yttre skönhet för att kvinnor ska erkännas värde. Att drabbas av övervikt blir därmed det värsta som kan hända, inte så mycket för hälsans skull, men för den personliga lyckan, framgången och karriärens skull. Att en del kvinnor (och män också för den delen) skulle må bra av att gå ned i vikt, för hälsans skull – *inte* för karriärens – har ingen som helst plats i argumentationen. Därmed förringas övervikt till att inte vara något annat än ett skönhetsdilemma.

Samma debattörer gör en månad senare sina röster hörda i en artikel på samma tema i Aftonbladet (980701). Under rubriken *Nya bröst – säker väg i karriären* framhåller man på nytt att samhället har en skev kvinnosyn och att kvinnor luras att koncentrera sig på fel saker.

Varje år lägger kvinnor ner miljardbelopp på skönhetsoperationer och kosmetiska produkter. Varför? Varför är kvinnor så missnöjda med sitt utseende? Jo därför att med facit i handen så vet vi att det lönar sig att se bra ut. Ett par nya bröst eller en ordentlig bantningskur kan vara startskottet för karriären! [...] Lika väl vet vi att överviktiga kvinnor har svårare att klara sig i konkurrensen och därför är det en riktig avvägning i vårt nuvarande samhälle att banta istället för att skaffa sig en utbildning. (AB, 980701)

Dessa artiklar utgör exempel på texter där övervikt inte är något annat än ett skönhetslyte. Utseendet påstås vara viktigare än akademiska meriter för kvinnors professionella framgång. Många kvinnor sägs lägga sin kraft på triviala betydelselösa ting, istället för att exempelvis försvara sina rättigheter i arbetslivet. Hur ska man tolka inlägget? Kan en bokstavstolkning göras eller ironiserar debattörerna? Vad vet vi egentligen om skribenternas intentioner? Det finns en slags dubbelhet i den sarkastiska utsagan och en viss försiktighet vid tolkningen krävs. Det är dock också viktigt att komma ihåg att

ironi kan många gånger förtäcka sanningen. Trots skribenternas strävan efter att tala för kvinnors räkning och med kvinnors bästa i åtanke framställer de kvinnor på ett nedlåtande sätt och enligt den gängse könsordningen.

Övervikt i kronor och ören

Tack vare debatten om livstilsmediciner i allmänhet och Xenical i synnerhet, skrivs övervikt tidigt i opinionsmaterialet in i en hälsoekonomisk samtalsordning. Flera rubriker tyder på detta: *Nytto(?)piller för miljarder* (AB, 990213), *Nya läkemedel – nya möjligheter* (DN, 000510), *Kortare sjukhusköer eller sexpiller?* (AB, 010404), *Livstilsmediciner* (DN, 010406).

Det talas om kostnader och investeringar i hälsa, kostnadskris i vården, skenande läkemedelskostnader, notor på miljardbelopp samt läkemedelsforskningens framgångar. Livsstilsläkemedel, med Xenical i spetsen, beskrivs bland annat som en »hård belastning« för samhället (HD, 001004). Ledarskribenterna talar om att dessa välvärdningsmediciner »äter upp det mesta av det som sparas på personal och lokaler...« (AB, 000121) och att de »är på väg att äta upp utrymmet för den primära och akuta sjukvården« (AB, 010404). Xenical har kostat landstingen 320 miljoner kronor på ett år och »sväljer på ett okontrollerat sätt sjukvårdens resurser« (AB, 000121).

I exemplena ovan kan Xenical tolkas som en metonymi¹. Xenical står indirekt inte bara för själva medicinen, utan symboliserar samtidigt de överviktiga, vilka framställs som en ekonomisk belastning för samhället. I texterna används mat- eller konsumtionsmetaforer i vilka Xenical, fetmamedicinen besjålas och får eget liv likt reklamens Ipreman. Xenical-mannen äter och glufsar ohämmat i sig de gemensamma resurserna, statsmedlen. Användandet av denna slags metafor leder osökt tankarna till de överviktiga som på liknande sätt antas hänge sig åt otyglad konsumtion. De överviktiga förvandlas till parasiter som »tagit resurser från antalet vårdande händer och sjukhussängar« (AB, 010404).

De stora kostnaderna för den skattesubventionerade medicineringen av övervikt gjorde att övervikt kom att definieras som ett samhällsekonomiskt problem. Därtill kommer ytterligare problemdimensioner i form av minskade skatteintäkter på grund av sjukskrivningar och förtidspensioner samt ökade sjukvårdskostnader för behandling av överviktens konsekvenser som diabetes (typ II) och hjärt- och kärlsjukdomar. Dessa ekonomiska kostna-

1. Metonymi är en stilfigur där ett uttryck ersätts av eller symboliserar ett annat, t.ex. får delen stå för helheten, materialet för föremålet, orsaken för verkan.

der omtalas i viss mån i opinionsmaterialet, men preciseras först år 2001, då ett antal forskare ger några »konkreta exempel«. Vi får bland annat reda på att »fetma kostar samhället åtta gånger mer än astma i vårdkostnader«, att »feta behöver 30 procent mer vård än andra – inte för fetman i sig utan för alla dess konsekvenser på grund av ökad sjuklighet«, samt att »feta kvinnor har en 50-procentig högre sjukfrånvaro än normalviktiga« (DN, 010709). Exakt vad det betyder i kronor och ören får läsaren dock gissa sig till och även experterna tycks osäkra på överviktens samhällsekonomiska kalkyl. Likväl slår man fast att:

Dessa exempel visar att hälsoekonomer världen över nu börjar ta fetmans kostnadsaspekter på allvar. Fortfarande vet man ännu inte hur mycket man kan spara på att behandla fetma istället för att låta bli och vilka behandlingsformer som är effektivast. Världen över pågår just nu fem stora undersökningar för att finna denna viktiga information. Men även om kunskapsunderlaget är otillräckligt är det uppenbart att experterna erkänner att här finns ett betydande hälsoekonomiskt problem, som måste hanteras professionellt och inte politiskt eller emotionellt. (DN, 010709)

Från alarmering till »avalarmering«

När vi nu vet hur övervikt gestaltas i opinionsmaterialet kan vi gå vidare och undersöka hur frågan om övervikt är farligt behandlas. Jag kan ganska enkelt konstatera att alarmeringsgraden kring övervikt varierar avsevärt mellan artiklarna, dels beroende på hur överviktsämnet representeras, dels beroende på vem det är som uttalar sig i frågan. Det finns sålunda exempel på artiklar med mycket hög alarmeringsgrad, men också artiklar där alarmeringsgraden är måttlig eller tonen är lugnande. Det går dock att följa en utveckling i opinionsmaterialet där alarmeringen kring övervikt konstant ökar för att den 30 december 2001 tonas ned eller ta en ny vändning. Föga förvånande är det representanter för den medicinska världen som uppvisar störst oro för övervikt.

Orosmoln i fjärran

Ett tidigt försök till att föra in nya hälsorisker på dagordningen görs av den socialdemokratiska ordföranden i den Nationella folkhälsokommittén Margareta Persson. Under rubriken *Allt för positiv bild av folkhälsan* (DN, 970614) uttrycks oro för att en av Socialstyrelsen publicerad folkhälsorapport ska tas som intäkt för att inget behöver göras på folkhälsområdet:

»...bakom de positiva huvudsignalerna så *blinkar röda varningssignaler*.« Persson skriver vidare: »... den kraftiga ökningen av allergier, övervikt, diabetes och hudcancer – ja det är tillräckligt för att få omedelbart utrymme på den politiska dagordningen.« Övervikt är med andra ord ett av flera orosmoln som skymtar i fjärran. Gång på gång upprepas samma ord i artikeln: »inger allra störst oro«, »... det finns anledning att känna oro«, »Jag känner en stor oro...«, vilket skapar en dramatisk effekt. Artikeln är dock befriad från riskdefinitioner, riskprognoser, riskgrupper eller utsagor om vad som är särskilt oroande. Persson uttrycker sålunda en allmän oro för att folkhälsans utveckling inte ska följas upp av hälsopolitiska initiativ. Persson varnar politiker för att slumra till. Den kommitté hon företräder kommer att hålla ögonen på dem. Även om Persson riktar sig i första hand till politiker försöker hon förmedla en oro också till allmänheten genom en folkligt förankrad retorik och ett vi-tilltal: »till sist är *vi* alla berörda«, »om *vi* bekänner oss till« och så vidare. *Vi* är inte bara experterna, utan alla medborgare i Sverige.

Ungefär ett år senare publiceras en ny debattartikel som slår på trumman: »*Stillasittande hotar ungas hälsa*.« *Larmrapport om ungas motionsvanor: Var tredje 15-åring rör sig skadligt lite*¹ (DN, 980306). Ordvalet i den angivna rubriken (t.ex. hotar, larmrapport) förstärker graden av angelägenhet. Att redan i rubriken använda uttryck som larmrapport, läkare varnar, slår larm och liknande skapar en dramaturgi och väcker intresse hos läsaren. Dessa uttryck innebär också en tydlig varudeklaration av artikeln och påvisar artikelns undergenre. Risker har i det senmoderna samhället förvandlats till en kommersiell produkt, en slags vara som marknadsförs under beteckningen larmrapport.

I artikeln konstateras det att »andelen överviktiga ökar« och »vi blir allt tjockare«, men det är i själva verket inte lika oroande som människors motionsvanor, menar den professor i idrottspedagogik som skrivit debattartikeln. Övervikt definieras inte som ett allvarligt problem, snarare reduceras övervikt till en slags »mätare« på befolkningens aktivitetsgrad: »... många medelålders män och kvinnor har ett oroväckande lågt konditionsvärde. En annan *indikator* på fysisk inaktivitet kan vara övervikt« (DN, 980306). Artikeln följs efter några veckor av en replik som kullkastar idrotts-

1. Denna slags rubrik, kallad citatrubrik, används allt mer av tidningar idag och vi finner dem ofta på Dagens Nyheters debattsidor. Anmärkningsvärt är att citaten som återges i rubrikerna inte har täckning i brödtexten utan är redaktörens tolkning av artikelns centrala budskap och andemening. Rubrikernas budskap kan därför inte rakt av tillskrivas debattören (Pettersson, 2003).

professorns grund för att alarmera överhuvudtaget: »Professor vilseleder om motion«, menar Idrottsutredningens huvudsekreterare Streiffert (DN, 980322).

Ett drygt halvår efter förra larmrapporten kan man läsa på DN:s debattsidor: »Var fjärde svensk i riskzonen.« *Professor slår larm: 25 procent av befolkningen rör sig så lite att de hotas av för tidig död* (DN, 981025b). Denna gång är det en professor vid Karolinska institutet och idrottshögskolan som lyfter fram svenska folkets försämrade motionsvanor som det största hotet mot folkhälsan. Även om viss oro uttrycks i artikeln för att övervikt »ökar epidemiskt i landet« presenteras övervikt liksom i den tidigare artikeln som en bisak. Befolkningens övervikt är inte skäl nog för att alarmera. Däremot är befolkningens motionsvanor det.

Lugnande besked varvas med varningssignaler

Under 1999 är alarmeringen kring övervikt låg till måttlig. Det talas om att »övervikt är förvisso inte hälsosamt, men...«. Samtidigt ges lugnande besked. Det finns alltid de som har det värre. Exempelvis talas det om att avståndet till USA, när det gäller andelen överviktiga, är »betydande«. Så illa som man har det på andra sidan Atlanten är det faktiskt inte hos oss (jfr kap. 6). Kraftig övervikt är förvisso ett hot mot hälsan, men det finns inte större anledning till oro. Detta intygas i den dubbelbottnade artikeln *Grattis på Alla hjärtans dag. Hjärtinfarkt och slagfall – stora folksjukdomar i norra Sverige* (VK, 000214). I artikeln, undertecknad av tre läkare och forskare vid medicinkliniken vid Norrlands universitetssjukhus, ges initialt lugnande besked:

Våra västerbottniska hjärtan blir allt friskare. Männen i norra Sverige är världsmästare i att minska risken för hjärtdöd. Också bland kvinnorna minskar risken. De viktigaste riskfaktorerna – kolesterolet och rökningen – är på rätt väg. Vi kan vänta ytterligare förbättringar de närmaste åren. (VK, 000214)

Läses artikeln i sin helhet framgår dock att anledningen till den minskade risken för att dö i hjärtinfarkt beror dels på en minskad risk att insjukna, dels på bättre överlevnad bland de drabbade. Risken att dö i slaganfall (stroke) har också minskat hos såväl kvinnor som män. Det »beror uteslutande på att överlevnaden efter ett slaganfall förbättrats.« Det handlar alltså i stor utsträckning om bättre teknik, medicin och vård, mindre om att människor har skaffat sig sunda levnadsvanor, även om det sägs att så kan vara fallet.

Läsaren möter här ett dubbelbottnat budskap. Först sägs problemen avta. Sen säger man: »nja, kanske inte ändå«, för samtidigt som läkarna bakom artikeln slår sig för bröstet och berömmar läkarkårens skicklighet i att vårda sjuka konstateras det: »Vi blir allt fetare.«

De cirka 160 000 västerbottningarna ... har sedan 1986 lagt på sig sammanlagt nära 500 ton – *motsvarande 50–60 sopbilar fullastade med fett.* (VK, 000214)

Bilden av en lång karavan av stinkande sopbilar växer fram i läsarens inre. Att tala om sopbilar fullastade med fett är en målande beskrivning. Det är också ett i opinionsmaterialet unikt exempel där medicinare konkretiserar och översätter en hälsorisk till vardagliga termer, det vill säga försöker tala lekmännens språk (jfr kap. 2, om varför det är så svårt att kommunicera om risker).

Även om det saknas något att jämföra med kan läsaren med angivelsen av de 500 tonnen och det stora antalet sopbilar försöka visualisera problemets omfattning. Men varför väljer läkarna att tala om sopbilar? Varför talar de inte bara om lastbilar? Det valda bildspråket leder onekligen våra tankar i en viss riktning och säger indirekt något om hur debattörerna (läkarna) ser på övervikt, vare sig de är medvetna om det eller inte.

Tanken på sopbilar lastade med fett väcker äckel och olust hos läsaren. Sopbilar tar hand om samhällets avfall; det vi inte har användning för eller behöver – vår konsumtions restprodukter. Härmed görs också en indirekt koppling mellan övervikt och konsumtion. Övervikten är det som finns kvar som en påminnelse om vår konsumtion. Jämförelsen mellan övervikt och sopbilarnas last bidrar till att skapa en bild av övervikt som något otrevligt och oönskat. Det ger också en bibetydelse av överviktiga som persona non grata – samhällets skräp – som väntar på att föras till tippen. Vad vi får vetskap om är att övervikt är ett stort problem, motsvarande 50–60 sopbilar lastade med fett. Vi får också veta att övervikt är ett inte önskvärt tillstånd. Vad vi inte får veta är hur farligt övervikt är.

»Fettbomben tickar«

Under hösten 2000 kommer så ett gemensamt upprop av ett stort antal medicinska experter samt tre politiker (en socialdemokrat, en folkpartist samt en kristdemokrat). Uppropet är riktat till politiker, makthavare, experter. Nu måste man gå samman och försöka förändra människors leverne. Nu har det gått för långt. På DN:s debattsida (001012) kan man läsa: *Proteststorm*

mot bantad skolidrott: »Skolministern hotar folkhälsan«. Artikeln har en mycket hög alarmeringsgrad och nu omfattar varningssignalerna även övervikt.

Rapport efter rapport signalerar att vi måste förändra vår livsstil. I framförallt västvärlden har en *dramatisk förändring* i vårt sätt att leva de senaste 20–30 åren gjort oss till en »sittande generation«. Vi ser idag en närmast *epidemisk ökning av fetma*, åldersdiabetes och benskörhet. [...] Om inget görs för att vända *den negativa trenden* och komma till rätta med detta *gigantiska hälsoproblem* kommer en allt större del av befolkningen inte att klara av att utföra ett arbete med normal grad av fysisk ansträngning. I förlängningen får detta också *långtgående konsekvenser* för samhällsekonomin. Detta är *oerhört allvarligt* och vi måste *snarast göra insatser* för att förändra människors hälsobeteende. (DN, 001012)

Liksom i tidigare artiklar påtalar man att politiker struntar i problematiken. Ingen vill ta tag i det. Läkarna ger sig därför själva mandat att agera.

Det är inte rimligt att regeringen fortsätter att ignorera detta växande samhällsproblem... *Vi accepterar inte* att stå bredvid och *vänta på* att experterna får rätt i att hälften av befolkningen kommer att bli överviktig, att folkhälsan försämras och att en ökad del av befolkningen inte klarar av att utföra ett arbete med normal fysisk ansträngning. (DN, 001012)

Detta debattinlägg följs av andra artiklar där alarmeringsgraden är mycket hög och kryddad med apokalyptiska övertoner. Övervikt beskrivs som vår tids »olycka«. Folkhälsoprofeter förkunnar vår undergång liksom domedagsprofeterna en gång gjorde: »Övervikt kan säkert bli ödesdiger för oss västerlänningar ungefär som blyet i vattenledningarna blev för antikens romare«, skriver ledarskribenten Hedvall i Dagens Nyheter (DN, 001214).

Specialistläkarna Reynisdottir och Rooth från Överviktsenheten vid Huddinge sjukhus menar att socialministern »Lars Engqvist underskattar *fetmans risker*« (DN, 010408). De två läkarna som undertecknat artikeln skriver om »fysiskt och psykiskt *lidande* för drabbade individer«. Man påtalar »att en *gigantisk fetmalavin är i rullning*«, som utan åtgärder kommer att kräva stora delar av sjukvårdsbudgeten, och debattörerna är »*djupt oroade*«. Fetma är »*ett av de största hoten mot folkhälsan*, ca 1 300 000 människor i Sverige är kraftigt överviktiga« och bara i Stockholms län beräknas 20 000 »nya« feta fall under innevarande år. Konsekvenser av övervikt anges tydligt. Det »leder till *ökad sjuklighet och död* i hjärt-kärlsjukdom«.

KATASTROF OCH FÖRÖDELSE · Att alarmeringsgraden ökat avspeglas tydligt i det språkbruk som skribenterna använder sig av. Övervikt beskrivs i citatet i avsnittet ovan som en »fetmalavin«, vilket leder våra tankar till naturkatastrofer. Bilder av tyfoner, översvämningar och jordskred tornar upp sig i vårt inre. Övervikt förvandlas till något obetvingligt, något vi inte kan kontrollera, en naturkraft som människan inte står emot. En våg av fett reser sig framför oss och sveper med oss alla. Med ens blir det lavinfara året om.

BOMBER OCH GRANATER · Andra skribenter talar i militära termer. I Helsingborgs Dagblad (010804) kan man läsa: »Fettbomben tickar. Snart exploderar den.« Bombmetaforen för inte bara tankarna till krig och vapen. Bombmetaforen kan också associera till runda föremål. Den runda formen känns igen i den överviktiga kroppen. Att säga att någon är rund är en vanlig eufemism för övervikt. Vi brukar också tala om att äta tills man nästan spricker. Bomben som exploderar blir därmed också en metafor för den ätande människan som har fått i sig för mycket. Plötsligt säger magen PANG! Längre än så vill man inte gå i tanken, den inre åsynen av en sprängd »magsäck« föder känslor av vämjelse och illamående (för en mer utvecklad diskussion om stridsmetaforer¹, se kap. 6, Celluliterna anfaller).

PEST OCH PINA · Övervikt liknas också vid en slags senmodernitetens digerdöd. Övervikt förvandlas på så vis till en smittsam sjukdom, en infektions-, eller pestsjukdom.

Fetman breder ut sig som en *farsot* över världen. Tänk vad fel de hade, *domedagsprofeterna*, som förutspådde svält och elände för en halv generation sedan. Det knapras som aldrig förr inte bara i det välfödda väst – utan i Kina, Thailand, Malaysia, Brasilien, Polynesien, och i Östeuropa. Där räknas ofta frodighet som ett tecken på välstånd, men i en och samma familj kan fetlagda och tärda leva sida vid sida. (AB, 010910)

Vidare skriver samma läkare:

Den *grasserande fettepidemin* drabbar barn i en förödande omfattning. [...] Det medicinska framtidsperspektivet är *skrämmande* uppenbart. Om några tiotal år *insjuknar* det överviktiga klientelet *i en förut aldrig skådad omfattning* i bland annat hjärtkärlsjukdomar, diabetes, ledåkommor, andningsbesvär och cancerlidande. (AB, 010910)

1. Stridsmetaforer är vanligt förekommande även i rapportering om HIV-/aids (se t.ex. Sontag, 1988).

Artikeln rymmer en stor grad av dramaturgi, vilket hör kvällspressens logik till. Framställningen av övervikt som en global plåga är förvisso inte unik för kvällspressen, men något tillspetsad i citaten ovan. Här förebådar övervikt nästan jordens undergång. Samtidigt förmedlas åter föreställningen om överviktiga som frossar och parasiterar på andra.

ONDA MAKTER OCH DEMONER · Övervikt utmålades också som »symtomet på ett sjukt samhälle« och något som »hemsöker oss idag« (AB, 010910). Att tala om övervikt som hemsökelse väcker associationer till spöken, vålnader och demoner, någon slags onda krafter i samhället som vi inte kan skydda oss mot. Är övervikt kanske ett resultat av »det onda ögat»? Helvetet och dess mörka krafter finns även representerat som undertema i debattartikeln *Jag är en sådan där överviktig jävel* (AB, 011004), där kroppsfixering sägs vara vår tids förbannelse.

Jag är fet. Så är det, ingen idé att smussa med det hela. Jag är en sådan där överviktig jävel som symboliserar västvärldens förfall. Det har inte alltid varit så, men det skiter ni förstås fullständigt i... (AB, 011004)

I debattartikeln möter läsaren självföraktet hos överviktiga personifierat av en ung man som spyrr galla över samhället. Överviktiga människor lyfts fram som dekadenta livsnjutare. Övervikt är ett synligt straff för individens synder.

Stormen bedarrar

Med tanke på den tydliga alarmeringen kring övervikt som växer fram i opinionsmaterialet, framför allt i debattmaterialet, under 2001, ger den sista debattartikeln under den studerade femårsperioden upphov till viss förvåning. Dagen innan nyårsafton 2001 publiceras en artikel signerad av generaldirektören för Statens folkhälsoinstitut, Gunnar Ågren. Rubriken är: *Farligare att vara smal och lat än tjock och aktiv, varnar Gunnar Ågren: »Gemotion på recept«* (DN, 011230).

Debattinlägget fokuserar på två ting, för det första behovet av att minska läkemedelskostnaderna, för det andra behovet av att minska sjukfrånvaron. Lösningen som presenteras består i att få folk att motionera mer. Sjukvårdsökonomins hälsa synes allvarligare än hälsoläget i befolkningen. Alla medborgare måste därför hjälpa till och spara pengar åt staten genom att röra sig mer. I behandlingsens förklädning föreslår generaldirektören att

fysisk aktivitet förskrivs på recept »till alla de patienter vars besvär och sjukdomar hänger samman med att de rör sig för lite«. På så vis slår man två flugor i en smäll. Pengar sparas och medborgare får ett starkare incitament till att motionera, vilket i förlängningen gagnar hälsan.

Artikeln kan skrivas in i larmrapportgenren, men skulle också kunna tolkas som en »avalarmning« av tidigare larm om övervikt.

Det talas mycket om vår ökade övervikt, men inaktivitet är den stora riskfaktorn. Givetvis finns ett samband mellan övervikt och fysisk aktivitet. Men det är mindre riskabelt att vara överviktig och fysiskt aktiv än att vara smal och fysiskt inaktiv. (DN, 011230)

Generaldirektörens budskap kan tolkas som att individen kan väga vad hon vill så länge hon rör sig. Ågren skulle härmed leverera en ny riskbedömning – en ny ordning av hälsorisker. Utlåtandet slår i viss mån undan benen på alla dem som tidigare gått ut och varnat för övervikt och fetma som en förestående katastrof och som vår tids främsta hot mot hälsan. Ågren ser nämligen inaktivitet som det främsta hotet – inte övervikt. Rör man sig bara 30 minuter om dagen, tar en rask promenad eller liknande så hamnar man på rätt sida om riskzonen. Överviktiga kan härmed få stöd för att inte i nämnvärd utsträckning behöva ändra sina levnadsvanor. En individ skulle kunna resonera: »Varför ska jag gå ned i vikt? Generaldirektören säger ju att det inte är farligt att vara överviktig bara man håller igång, och det gör jag ju.« Debatten om övervikt möter härmed ännu en inkonsekvens och tidigare men även framtida alarmering kan uppfattas som motsägelsefull av en läsare.

Vem alarmerar om övervikt och i vems intresse?

Vi kan enkelt konstatera att det inte är de överviktiga själva som dominerar opinionsmaterialet i de studerade dagstidningarna. Istället är det antingen de som i sin profession möter och behandlar överviktiga. Man skulle lite djärvt kunna säga de som »lever på« de överviktiga (medicinsk expertis, s.k. obesitasforskare och idrottspedagoger) eller de som är bekymrade över vem som ska betala för »kalaset« (ledarskribenter, politiker och myndighetspersoner). När det gäller den medicinska professionen så är det bara de i den absoluta toppen av hierarkin som uttalar sig. De som möter överviktiga patienter i vardagen i primärvården finns inte representerade, inte heller sjuksköterskor, underläkare med flera, utan det är professorerna eller åtminstone docenterna (främst de manliga) vid Sveriges regionsjukhus eller

specialistsjukhus som kommer till tals i debatten. Andra potentiella aktörer som inte finns representerade i materialet, med ett undantag, är landstingspolitiker och folkhälsostateger på regional och kommunal nivå.

De journalistiska aktörernas roll i ledarmaterialet är den granskande. Journalisterna ifrågasätter och kritiserar makthavares beslut och strategier när det gäller behandling av övervikt. Journalisterna talar dock inte i de överviktigas intresse, utan snarare i de »normalviktigas« intresse. De som inte vill utsättas för »parasitering«. Majoriteten av journalistaktörerna förespråkar, oavsett tidningens politiska tillhörighet, en individuell ansvarsideologi när det gäller befolkningens hälsa.

De medicinska aktörerna skulle kunna ha en viktig pedagogisk funktion på debattsidorna med hänsyn till det förtroende läkarkåren besitter, den förmodade kompetensen och kunskapen de har om övervikt.¹ Min tolkning av de medicinska aktörerna är dock att de många gånger (inte alltid) hellre ägnar sig åt en inomvetenskaplig diskussion än att upplysa tidningens läsare om relevanta förhållanden.

Maktkamp på offentlighetens arena

Merparten av de medicinska aktörerna uppvisar en djup oro för folkets hälsa, men ibland tycks en snävare fokus också representeras i texterna – en oro för de *egna* patienterna, den *egna* verksamheten och den *egna* arbetssituationen. Detta kan så tvivel hos läsaren om i vems intresse medicinarna talar.

Som läkare är det vår uppgift att ge *våra patienter* den bästa och mest effektiva vården och behandlingen. [...] Indragningen av högkostnadsskyddet innebär att *våra möjligheter* att på bästa sätt behandla den enskilda patienten kraftigt begränsas. [...] Vi som kan, vill och trots begränsade resurser har att ta hand om denna komplicerade sjukdom behöver allt stöd för att hjälpa *våra patienter*. (DN, 010408)

Ett stort antal forskare och representanter för Svensk förening för obesitasforskning undertecknar tillsammans en debattartikel. I artikeln uttrycker man indignation över att inte ha rådfrågats i regeringens beslutsprocess om indragningen av Xenical. Skribenterna markerar samtidigt sin position som

1. De senaste årens SOM-undersökningar (t.ex. Holmberg & Weibull 2001 och 2003) visar att sjukvården är den institution som svenska folket har högst förtroende för. Läkare och övrig personal inom vården har man dessutom betydligt högre förtroende för än alla andra yrkesgrupper. En bra bit efter dessa kommer på andra plats ingenjörer, poliser och universitetslärare.

landets främsta experter på området. Här talar läkarna i stor utsträckning i eget intresse. De vill ha ett finger med i beslutsprocessen:

Övriga och utan samråd med den medicinska professionen beslöt regeringen i början av april att dra in subventionerna till så kallade livsstilsmediciner, i första hand Viagra och två läkemedel mot fetma Xenical och Reductil. [...] Några som helst konsultationer med vetenskaplig expertis hade uppenbarligen inte heller tagits. [...] Vi skulle vilja se följande process: Sveriges förening för obesitasforskning erbjuder en internationellt och respekterad expertis och har möjligheter att fungera som bollplank, så att framtida medicinska beslut fattas mot bakgrund av vår bästa kliniska och vetenskapliga kunskap. Hittills har föreningen aldrig konsulterats, trots upprepade erbjudanden. (DN, 010709)

Man önskar också att regeringen ska ge dispens för specialistläkare eller enheter med särskilda kunskaper, det vill säga de som undertecknat debattartikeln, att skriva ut subventionerade läkemedel för behandling av övervikt till de egna patienterna: »även om detta de facto innebär en *demokratisk orättvisa* för de feta patienter som *inte har förmånen* att skötas på sådant sätt« (DN, 010709), skriver läkarna och framhåller härmed sin egen kompetens.

Att synas på debattsidorna i Dagens Nyheter är ett sätt för etablerade personer att behålla och markera sin position som experter. För dem som ännu inte nått en sådan position är en publicerad debattartikel ett offentligt erkännande av personens kompetens, ett steg fram i strålkastarljuset, ett steg upp i den sociala och kanske också kollegiala hierarkin. Att få in en artikel på DN:s debattsidor anses vara lika svårt som att passera ett nålsöga. Har man dock väl fått in en fot är sannolikheten stor för att man på nytt ska få plats i offentlighetens ljus. Det är därför i stor utsträckning samma personer som återkommer på denna arena. Att det handlar om maktkamp och konkurrens om erkännande blir tydligt inte minst bland de medicinska debattanterna, som i vissa fall ägnar sig åt vetenskaplig polemik som är intressant för en ganska liten krets av invigda personer, istället för att rikta sig till befolkningen i sin helhet. Ett exempel härpå är polemiken mellan de båda läkarna Lindeberg och Ravnskov, där Lindeberg kritiserar sin läkarkollega Ravnskov för att fara med osanning angående det mättade fettets farlighet. Ravnskov »vittnar inte om god vetenskap«, skriver Lindeberg:

I sitt passionerade korståg mot det mättade fett är han dessutom slarvig med begreppen och ändrar friskt analysen [...] vi får ta hans djärva påståenden med försiktighet. [...] Sanningen är (och det vet Ravnskov) [...] Ravnskofs tolkning

är att vad det än är, så är det i alla fall inte kosten. Ty han är förälskad i sin hypotes (men vem är inte det?) att det är riskfritt att äta mycket mättat fett. (DN, 970714).

På Dagens Nyheters debattsidor framförs sålunda kritik av en enskild forskare mot en annan forskare – en polemik som kommer få av tidningens läsare till gagn. Vilka andra personer i samhället har en sådan status att deras till synes interna professionella diskussioner blir en offentlig angelägenhet? Förvisso kan det vara angeläget och nyttigt för allmänheten att se att de medicinska vetenskapsmännen inte är helt eniga i alla frågor¹, men det borde också vara angeläget att någon tar på sig ansvaret för att kommentera och begripliggöra debatten och dess värde för en bredare läsekrets.

Medicinare befäster sin auktoritet

Det talas mycket om att vårt förtroende för auktoriteter minskar (jfr diskussionen om förtroende i kap. 2). Läkare beskrivs ibland som ett slags gudar då deras beslut kan vara avgörande för människors liv och död. Läkare är, till skillnad från politiker, myndighetspersoner, lärare, medier, kommersiella aktörer med flera en auktoritet som *inte* utsätts för omfattande eller betydande kritik i opinionsmaterialet. Medicinare befäster därmed sin position som »oantastliga«.

I diskussionen om Xenical och de skenande läkemedelskostnaderna till exempel, skriver ledarskribenten Kjöllér, att människor inte kan »hållas borta från åtråvärda mediciner« mot bland annat övervikt (DN, 000510). Kjöllér uttrycker samtidigt en misstanke om att personer behandlats utan att det varit medicinskt befogat. Vad som dock inte uttalas i klarspråk är det faktum att mellan den receptbelagda medicinen och individen finns en läkare som skriver ut recept; en läkare som ansvarar för att rätt diagnos ställs, och att rätt person får rätt medicin. Istället för att kritisera läkarkåren och dess rationalitet för att inte strikt tillämpa forskrivningsrätten och därmed ta sitt medicinska ansvar, framställs medborgare som en irrationell folkhop som stormar läkarmottagningar och genom övertalning tilltvingar sig mediciner. Även representanter för svenska läkarsällskap och läkemedelsråd menar i en artikel att läkarkåren inte kan ställas till svars för den omfattande försäljningen av Xenical. Istället påstår man att lanseringen av Xenical via »intet ont anande« journalister ligger bakom »försäljningsexplosionen«.

1. Ett aktuellt exempel på detta är den offentliga polemiken under 2003 i *Dagens forskning* mellan sociologen Kärffe och psykiatern Gillberg angående den senares forskning om ADHD/MDB/Damp (se även t.ex. Snarud, 2003).

Man skyller på marknadsföringens dolda effekter och »försåtliga« budskap, »s sofistikerade bildspråk och känslor« som förleder inte bara allmänheten utan även läkarna (DN, 0100218). Läkarna kan inte stå emot trycket från allmänheten och irrationalitet styr istället för »grundbultarna vetenskap och beprövad erfarenhet«. Det är alltså marknadskrafternas fel. Läkarkåren kan på intet sätt klandras. På detta sätt sedimenteras läkarkårens auktoritet och avståndet mellan experter och lekmän förstärks.

Obegriplig och svårtillgänglig forskarjargong

Att de medicinska debattörerna i stor utsträckning vänder sig till de egna leden och inte till allmänheten blir uppenbart vid en närmare läsning av artiklarna. Flera av texterna är skrivna i en forskarjargong och med en medicinsk terminologi som oinitierade svårligen kan förstå. Följande exempel är hämtade från en och samma artikel i Dagens Nyheter (970714). Läkaren i artikeln talar om: »Kolesterolhypotesen«, »beviskedjan«, »grundar sig på epidemiologiska studier«, »mätbara faktorerers relation till sjukdomsförekomst på gruppnivå«, »confounding«, »studeras dubbelblindt« och »franska paradoxen«.

Forskarjargongen medför att relevant information inte kommer läsarna till del. Det innebär också att journalister utan specialkompetens inom det medicinska området kan ha svårt att bedöma innehållet och dess relevans för en bredare läsekrets. Riskerna är därmed stora att debattsidorna förlorar sin funktion som ett slags demokratins kommunikativa rum och endast blir en klubb för elitens inbördes beundran.

Många riskbedömningar med relevans för övervikt presenteras, men flertalet är obegripliga och omöjliga att omsätta till konkreta åtgärder. Hur ska till exempel den enskilde individen utifrån rekommendationer för lämplig kolesterolkoncentration i blodet kunna anpassa sitt dagliga fettintag i maten? Individen förväntas i stor utsträckning vara en livsmedelsingenjör, som sätter samman kosten för att minimera dess skadliga verkningar (jfr Beck, 1992). Motion sägs vara viktigt för att motverka övervikt, men hur ska individen förhålla sig till följande riskbedömning?

... regelbunden fysisk aktivitet motverkar uppkomst av ett mycket brett spektrum av sjukdomar. En regelbundet fysiskt aktiv man eller kvinna har till exempel en risk för att dö i en hjärt- och kärlsjukdom som endast är hälften eller ännu mindre än motsvarande risk för en fysiskt inaktiv jämnårig. Många andra sjuk-

domar och sjukdomstillstånd visar på liknande sätt omvänt samband med regelbunden fysisk aktivitet. (DN, 981025b)

Hur många är ur ett hälsoperspektiv tillräckligt fysiskt aktiva i Sverige? På den frågan får vi följande utlägg:

Frågan är svårbesvarad eftersom den bland annat är helt beroende av definitionen av fysisk aktivitet samt den hälsomässiga betydelsen av olika typer av aktivitet. Betydelsen av duration, frekvens respektive intensitet vid fysisk aktivitet är inte klarlagd. Om man begränsar diskussionen till åldersgrupper mellan cirka 30 och 70 år och sätter ett minimikrav på fysisk aktivitet motsvarande två tre gånger per vecka, minst cirka 20 minuter per gång, är storleksordningen 20, möjligen 25 procent av befolkningen i Sverige, både män och kvinnor, ur hälsosynvinkel tillräckligt fysiskt aktiva. Det betyder att cirka tre fjärdedelar av den vuxna befolkningen är otillräckligt fysiskt aktiva. Av dessa är en stor del – kanske upp till 25 procent av befolkningen – mycket, närmast helt inaktiva. (DN, 981025b)

För att få en uppfattning om hur pass omfattande problemet är måste läsaren hålla i minnet att befolkningen från början reducerades till att bara inkludera individer mellan 30 och 70 år. Vi får inte reda på hur många det motsvarar i reella tal, men av dessa, hur många det nu kan vara, är 75 procent ej tillräckligt aktiva. Av dessa 75 procent är 25 procent inaktiva. Vem kan räkna ut hur många individer som i själva verket berörs av larmet?

Detta är några exempel på hur forskare/expertter resonerar och gör riskanalyser och riskbedömningar på en befolkningsnivå, en makronivå. Den enskilde individen, lekmannen, ställer däremot frågan: Vad betyder detta för mig? Den enskilde individen är inte intresserad av en given hälsorisk på en makronivå utan en mikronivå. Allra helst ska riskbedömningar översättas till vardagliga begrepp och handlingar som individen kan känna igen och relatera den nya kunskapen eller informationen till. All annan riskupplysning riskerar att bli meningslös och oanvändbar, och därmed utan åtgärd. Kritiken synes kanske väl hård eftersom opinionsjournalistik inte är synonymt med hälsoupplysning. Jag menar dock att kunskapen hade kanske kunnat nå ut till fler personer om budskapen hade gjorts mer begripliga. Det borde gagna såväl opinionsprocesser som den enskilde individens möjlighet att fatta informerade beslut om sin hälsa.

Grunden för forskarnas retorik är siffror och procentsatser – hårda fakta. Det finns åtskilliga exempel på detta i opinionsmaterialet. Procentsatser presenteras gärna med decimaler för att förstärka intrycket av precision, exakthet och sanning. Tyvärr går det inte bara ut över läsbarheten utan också

begripligheten. Att följande citat är hämtat från en svensk morgontidning är nästan svårt att tro. Texten kunde lika gärna vara klippt ur en vetenskaplig tidskrift för medicinare.

I primärvårdsområdet påvisas en hög förekomst av övervikt (Body Mass Index 25,0–29,9 – BMI räknat som vikten i kilo delat med längden i meter i kvadrat) och fetma (BMI som överstiger 30). 45 procent av männen och 32 procent av kvinnorna var överviktiga och 12 procent av männen och 17 procent av kvinnorna var feta. Bukfetma mäts helt enkelt genom att mäta bukomfånget mitt emellan revbensbågen och höftbenskammen hos en stående person efter utandning. Från utländska studier är känt att risken att insjukna i typ 2 diabetes (vuxendiabetes) föreligger för män med bukomfång 94–102 cm och för kvinnor vid 80–88 cm. Risken ökar påtagligt vid bukfetma, vilket föreligger vid mer än 102 cm hos män och 88 cm hos kvinnor. Någon svensk studie på enbart midjemått och risk för diabetes har ej tidigare publicerats. 25,8 procent av männen hade bukomfång 94–102 cm och 18,0 procent mer än 102 cm. 22,7 procent av kvinnorna hade bukomfång 80–88 cm och 27,2 procent mer än 88 cm. I varje femårsintervall fanns det procentuellt fler kvinnor än män med den farliga bukfetman. (DN, 010709)

Är detta information som har ett stort allmänintresse och om så är fallet är det en korrekt journalistisk bedömning att publicera det i detta skick? Eller är det så att vissa skribenter har en gräddfil in på debattsidan och undgår kritisk granskning? Eller är det så att tidningsproduktionen går före granskning av innehåll? Det finns helt enkelt inte tid för att be skribenten redigera texten så att den blir mer lättillgänglig.

Vem äger hälsan?

En fråga som behandlas i artiklarna är ansvarsfrågan. Vem kan ställas till svars för överviktsproblematiken? Är det medborgarna som »äger« hälsan och också bär ansvar för hälsans utveckling eller är det staten?

I Turners sociologiska kroppsteori framställs kroppen som ett samhällsligt problem – en samhällslig angelägenhet att vårda, reproducera, begränsa och reglera (Turner, 1984, 1991). Men kroppen och dess hälsa respektive ohälsa kan också, enligt Frank (1991), betraktas som ett individuellt problem och relateras till individens val av handlingar (jfr diskussionen i kap. 1).

Det förs inte i någon större omfattning etiska diskussioner i opinionsmaterialet. I artiklarna finns det dock olika åsikter i ansvarsfrågan. Det är framförallt politiska aktörer och myndighetsrepresentanter i debattmaterialet som förespråkar Turners förhållningssätt, det vill säga att medborgarnas kroppar och hälsa är en fråga för statlig reglering, eftersom staten »äger«

dessa. I ledarmaterialet allierar sig skribenterna däremot med Franks synsätt, och förespråkar i större utsträckning ett individuellt ägande av och ansvarstagande för kropp och hälsa.

Hälsa en statligt reglerad rättighet?

Socialdemokraten och ordföranden i Nationella folkhälsokommittén Margareta Persson, skriver:

Om vi bekänner oss till den humanistiska principen om att alla människor är lika mycket värda, då kan vi inte acceptera att individer i vissa befolkningsgrupper ska vara sjuka en stor del av sitt liv eller dö i förtid. Det är oetiskt. (DN, 970614)

En tolkning av Perssons uttalande är att hälsa är en rättighet och alla människor har lika rätt till hälsa – en sund och frisk kropp. Svårigheter uppstår dock när man ska försöka definiera vad som ska inkluderas i hälsobegreppet. Är en smal kropp en rättighet? Är en överviktig kropp en statlig angelägenhet? Svar på frågorna ges tyvärr inte i opinionsmaterialet. Att hälsa framställs som en rättighet befriar inte innehavaren av denna rättighet från skyldigheter. Det är oroande att folk drabbas av till exempel övervikt helt i onödan, menar Persson. Många hälsoproblem kan förebyggas och undvikas. Därmed har individen ett ansvar att försöka motverka dem. Perssons och även andra hälsopolitikers ståndpunkt i artiklarna tycks vara att ansvaret är delat. Både individ och stat kan ställas till svars.

Enligt Perssons sätt att resonera är det staten som ansvarar för/»äger« hälsan, men skänker medborgarna hälsa genom politiska beslut och handlingar (regleringar, med Turners terminologi):

Livslängden har ökat med omkring 25 år detta sekel. Huvudorsaken till det är den ekonomiska utvecklingen och det politiskt beslutade välfärdssystemet. Om det alltså är samhällsutvecklingen som påverkat hälsan under 1900-talet, varför skulle inte det gälla under nästa sekel också? [...] Att ge alla människor möjlighet till en god hälsa handlar ... om att skapa en jordmån, där varje individ har en chans att utvecklas och göra sina egna val. (DN, 990523)

På statens åkrar ska medborgarna likt jordbruksgrödor planteras och ges samma grogrund för att växa sig starka och friska. Lika delar gödsel, lika delar näring och vatten fördelar jordägaren över sina olika grödor. Men jordägaren, det vill säga staten, tillhandahåller bara dessa förutsättningar. Näringen får plantan själv suga i sig efter bästa förmåga. Ansvaret för grödans överlevnad och tillväxt vilar *både* på den enskilde plantans förmåga

att ta till sig näring, uthärda sol, köld, regn, blåst och frost, och jordägarens omsorg om sina plantor. Vissa plantor är av starkare virke än andra. En del plantor angrips av ohyra, dessa kan kanske behandlas och besprutas av jordägaren, men alla går inte att rädda.

I DN-citatet ovan tydliggörs att staten genom sina beslut och åtgärder skapar förutsättningar, men individens egna handlingar är lika avgörande för individens hälsoutveckling. Individen kan inte helt fräntas ansvar. Det kan inte heller staten.

Medborgare – skärpning!

I dagstidningarnas ledarmaterial lägger man större vikt vid den enskilde individens ansvar och del i sin hälsa. I en kommentar till en nypublicerad rapport av Socialstyrelsen om hälsotillståndet i Sverige skriver man exempelvis på DN:s ledarplats:

De faktorer som bäst förklarar tidig dödlighet är rökning, alkoholmissbruk, dåliga matvanor och övervikt – alltså *levnadsvanor som varje människa själv kan styra över och har ansvar för*. Ingen kan ju idag påstå sig vara ovetande om hälsoriskerna med tobak, sprit och fet mat. (DN, 010214)

Ytterligare ett citat från en ledare (DN, 010421) som understryker individens ansvar över sitt liv och hälsa är följande:

Man måste ta tag i livet som bara flyter i väg i sina egna banor. Det kallas kontroll, och ett visst mått av sådan livskontroll är välbehövligt.

I dessa uttalanden är det individen, inte staten, som äger och ansvarar för hälsan. Individen tycks ha förslappats och försummat sin hälsa. Texternas andemening är: Dags att skärpa till sig!

Men det finns också skribenter som framhåller sociala faktorer del i överviktsproblematiken. Bourdieu (1984) har lärt oss att våra till synes högst personliga levnadsvanor och smakpreferenser följer tydligt klassgränser och är resultatet av vår habitus (jfr kap. 1) snarare än fria val.

Lågutbildade arbetare röker mer, dricker mer, äter sämre och är oftare överviktiga än välutbildade tjänstemän. Så djupt ingriper gamla klassmönster i vårt liv. Också förmågan att ta ansvar för den egna hälsan är klassbunden, skriver man i Dagens Nyheter. (010214)

Uttalandet rymmer inte bara en beskrivning utan också en värdering. Somliga individer (höginkomsttagare och högutbildade) tar ansvar för sitt liv och sin hälsa, medan andra (lågutbildade och låginkomsttagare) misskö-

ter sig. Arbetare framställs indirekt som en andra rangens medborgare. De lever inte upp till sina medborgerliga förpliktelser. Härmed förmedlas en föreställning om arbetare som inte bara ansvarslösa, utan också en börda för resten av samhället.

Andra skribenter lägger mindre vikt vid individens personliga karaktär och framhåller istället de sociala strukturernas tvingande makt. Individen sägs vara fången i en struktur som fråntar henne möjligheten att påverka sin hälsa. Med ett sådant perspektiv handlar ohälsa inte om brister i individens vilja och förmåga att ta ansvar, utan brist på resurser och handlingsutrymme. Bourdieu skulle säga att individen är bunden till ett livsöde genom sin habitus (1984). De i botten av samhället kommer inte undan viss ohälsa, eftersom de inte, som toppskikten, kan »köpa« sig fria (Beck, 1992). Det finns dock en fara i att i allt för stor utsträckning skriva in individens handlingar i en klasstruktur, eftersom individen därmed fråntas egen handlingsförmåga, men också ansvar. Individen reduceras till ett objekt, utsatt för olika verkande faktorer utan egen motståndskraft.

Vi kan sammanfattningsvis konstatera att det finns olika läger i opinionsmaterialet. Journalistkåren förespråkar i något större utsträckning individuellt ansvar för hälsan, medan politiker, myndigheter och representanter för vården lanserar idén om att samhälle och individ måste hjälpas åt.

Vem betalar?

Frågan om vem som ansvarar för hälsan har en direkt koppling till frågan om vem som ska stå för kostnaden för ohälsa. Om individen utpekas som ansvarig torde det vara naturligt att denne också betalar för eventuell ohälsa, och om staten anses ansvarig borde denne finansiera medborgarnas ohälsa. Av opinionsmaterialet framgår det dock att frågan inte kan besvaras så enkelt. I exempelvis HD (011219) efterlyses en debatt om vad som ska ingå i den skattefinansierade sjukvården och vad som ska lämnas till den enskildes plånbok, med risk för att privatekonomin blir avgörande för om individen söker vård. Ledarskribenten pekar i samma artikel på att problemet i slutändan ändå hamnar i »samhällets knä« när välfärdssjukdomar som övervikt utvecklas till diabetes (typ II) eller hjärtsjukdomar. Politiker kommer att ställas inför ett obehagligt val, skriver ledarskribenten: »... antingen en offentlig kostnadsexplosion eller en omdefiniering av det offentliga vårdansvaret« (HD, 011219).

Svensk sjukvård är formad för att nå alla oavsett sjuklighet och ålder, menar ordföranden i Landstingsförbundet, Lars Isaksson (DN, 010211). Den ekonomiska krisen i början av 1990-talet har dock medfört stora besparingskrav på sjukvården, vilket i sin tur medfört krav på att ge prioritet åt de mest akuta och sjuka patientgrupperna. I ledaren *Kortare sjukhusköer eller sexpiller?* (AB, 010404) blir frågan om prioritering tydlig.

Vad är viktigast – att korta operationsköerna eller att skattesubventionera sexpiller och tabletter mot övervikt? Svaret borde vara enkelt. Det lidande och det ekonomiska systemfel som finns i att låta människor gå och vänta på operation måste naturligtvis först åtgärdas. [...] att staten ... väljer att inte längre subventionera Viagra och Xenical eller andra liknande vällevnadsmediciner som är på väg ut i handeln, bör inte förvåna någon. (AB, 010404)

Liknande resonemang för journalisten Kjöllér i en ledare i Dagens Nyheter (000510). Finns inga medicinska hinder, skriver Kjöllér, kan människor få konsumera vad de vill, men inte på skattebetalarnas bekostnad. I artiklarna blir flera saker tydliga. För det första betraktar ledarskribenterna inte övervikt som en allvarlig hälsorisk utan ett lyxproblem. För det andra ryms inte övervikt i det kollektivs plånbok utan måste ligga på var och ens enskilda konto att betala. Övervikt kopplas till personlig vällevnad, inte folkhälsa. Behandling av övervikt gäller rätten till lycka, inte rätten till hälsa. Den svenska skattefinansierade vården och läkemedelsförmånen är dock inte uppbyggd för att finansiera personlig lycka. Den måste individen själv uppnå, resonerar ledarskribenterna.

Huruvida övervikt ska betalas med skattemedel är ändå inte bara en fråga om prioritering utan också en fråga om nytta. Vem har egentligen mest att vinna på att befolkningen håller vikten? Nyttotanken kommer tydligast till uttryck hos en ledarskribent i Dagens Nyheter. Under rubriken *Den allmännyttiga erotiken* (DN, 981025a) skriver Sander att en diskussion om vad skatterna ska omfatta måste ta sin utgångspunkt i en distinktion mellan kollektiva och individuella nyttigheter.

Kollektiva nyttigheter är sådant som med en enkel definition inte kan konsumeras individuellt. Därmed kan det inte heller finansieras individuellt. Alltså måste det finansieras med skatter, och (till viss del) administreras av det offentliga. Sådana nyttigheter är försvar, rättsväsen, central förvaltning, grundforskning. Man kan säga att de kollektiva nyttigheterna håller ihop samhällsorganisationen; alla som vill vara med i organisationen och dra nytta av den måste betala för dess funktioner. [...] Andra nyttigheter som människor konsumerar enskilt, kallas

individuella. De ska också finansieras individuellt. Människor bor, reser, äter och studerar efter egna önskemål; alltså ska de också betala sådant direkt ur egen inkomst. (DN, 981025a)

Gränsdragningen mellan de två nyttigheterna kan dock vara problematisk. Sander exemplifierar resonemanget med hjälp av det omdiskuterade potenshöjande medlet Viagra och ställer frågan: »Är ett trevligt sexualliv en individuell nytta, eller en nytta för hela samhället?« Övervikt står inte i fokus i artikeln, men förs fram som ett exempel på nästa »tillstånd som ska medicineras bort«. Man kan därför också ställa sig frågan: Är behandling av övervikt en individuell eller kollektiv nytta? Är normalvikt något som gagnar fler än den enskilde individen? Svaret får läsas mellan raderna.

Vem som ska stå för kostnaden för överviktsbehandling blir inte helt utrett i opinionsmaterialet utan åsikterna går isär. Somliga förespråkar privat finansiering andra talar för statlig finansiering. Så länge övervikt betraktas som ett kosmetiskt dilemma kan behandling av övervikt inte vara annat än en individuell nytta, och skönhetsbehandlingar kan svårligen finansieras med statliga medel.

»Armar uppåt sträck«

I opinionsmaterialet används sällan termen riskgrupp. Det innebär dock inte att det inte förekommer åsikter om vem som tillhör eller bör ingå i denna grupp när det gäller övervikt. Ett klassperspektiv genomsyrar vissa texter och det talas om chipspåsen som »klassmarkör« och underklassens sämre vanor. I artikel efter artikel talas det också i mycket affekterade ordalag om barn och unga. Det är barnen som utgör den primära riskgruppen. Det är barnen som är i fara och till varje pris måste räddas undan övervikt och fetma. De överviktiga vuxna bedöms indirekt redan vara förlorade, men de unga symboliserar framtiden och måste därför till varje pris skyddas.

Man kan nästan skönja en slags kombinerad moralpanik och mediepanik i tidningstexterna. Moralpaniken¹ innebär en kraftig, ibland överdriven reaktion, på ett nytt fenomen som hotar grundläggande värden, värderingar samt samhälleliga intressen och som därför ställer krav på handling (Thompson, 1998). Mediernas rapportering har en central roll för sprid-

1. Sociologen Stanley Cohen var den som introducerade begreppet moralpanik för att beskriva mediernas, allmänhetens, myndigheternas och politikernas reaktioner och oro inför sammandrabbningar mellan 1960-talets ungdomsgrupperingar i Storbritannien, s.k. »Mods and Rockers« (Thompson, 1998).

ningen och vidmakthållandet av moralpaniker. Mediepaniker brukar beskrivas som elitens utspel mot nya medier för att skydda barn och ungdom från deras verkningar (se t.ex. Drotner, Jensen, Poulsen & Schröder, 1996).

I fokus i artiklarna står alltså de ungas vanor, både mat- och motionsvanor samt medievanor.

Matvanorna bland barn försämrades under hela 90-talet. Andelen 11–15-åringar som dricker läsk varje dag har fördubblats och andelen som sällan eller aldrig äter frukt ökade också, skriver barnombudsmannen. (DN, 010529)

Medierna beskylls för att vara delaktiga i den övervikt vi allt mer ser hos unga, den så kallade »sittande generationen«. »IT-ålderns vällevnadssjukdomar brer ut sig«, skriver en journalist (HD, 010225). Datorspel och tevetittande passiviserar de unga och utgör ett hot mot människans utveckling. Den höga mediekonsumtionen hos den uppväxande generationen är en fara inte bara för den enskilde individen utan för hela samhällskroppens hälsa och utveckling. Här krävs det krafttag och social kontroll för att återupprätta ordning och balans och vem ska göra det om inte *skolan*.

Skolan både syndabock och reformator

Skolan anses ha stor del i att ungdomar försoffas och blir överviktiga, sjuka vuxna. Samtidigt är skolan den samhällsinstitution som ska lösa överviktsproblematiken. Det är skolan som ska bära ansvaret för våra barns hälsoutveckling. Skolan ska »fostra ungdomar till goda matvanor, regelbundet idrottande och att grundlägga ett aktivt liv« (HD, 001013), men också »... grundlägga goda vanor som kan leda till hälsa och välbefinnande« (DN, 001012). Forskning har visat att kost- och motionsvanor grundläggs i tidig ålder. Att därifrån sluta sig till att vanorna *grundläggs* i skolan kan vara att gå ett steg för långt. Man kan tycka att ansvaret för barnens matvanor borde i första hand vila på föräldrarna. Ligger det inte i föräldraskapet att se till att avkomman får rätt näring och kan växa sig frisk och stark?

Det finns en ovilja eller rädsla hos både journalister och medicinare att moralisera och slå fast att man som förälder har ett ansvar för sitt barns liv och hälsa. Istället är det skolan som aktörerna återkommer till som generallösning. Skolan framställs som barnens primära socialisationsagent och idrotten tycks ha en nästintill undergörande verkan på de ännu inte myndiga medborgarna. Mer idrottsundervisning kan kanske lösa hela den problematiska skolsituationen?

Mer idrott på schemat, kräver samstämmiga idrottsrörelser. De vet att idrottande barn dessutom presterar bättre i teoretiska ämnen. Här går det att uppnå flera goda effekter med samma enkla åtgärd. Sim sala bim. (DN, 010531)

Skolidrotten innebär inte bara fysisk träning utan också moralisk fostran. Idrott är karaktärsdanande. I en ledare i Helsingborgs Dagblad skrivs under rubriken *Mer idrott kan ge bättre betyg*:

Idrotten fostrar, idrottsledare är ofta goda förebilder som inpräntar regelverk och rättessnören som måste följas. Framgångar på plan stärker självförtroendet och självkänslan. Lagidrotten präntar in respekt och hänsyn till andra. Gränser mellan vad man bör och får och inte blir tydligare. Under skolåren är kroppen som mest mottaglig för träning som stärker leder, muskler och skelett och som gör människan mindre mottaglig för vällevnadssjukdomar. (HD, 001013)

Idrottens undergörande karaktär har nästan inga gränser. Idrotten kan till och med fungera som en slags vaccination mot framtida osunt leverne och ohälsa. Vi kan här skönja spåren av en paternalistisk folkbildningsdiskurs från förra seklets första decennier. Utöver idrottens effekter på individens moraliska och fysiska uppbyggnad så sägs idrotten ha en lugnande och konfliktdämpande verkan på eleverna när de väl befinner sig i klassrummet. Kan det kanske bero på fysisk utmattning? Debattörerna tycks dock ense om att göra fler timmar i idrott och hälsa till ett obligatorium, eftersom idrott baserat på frivillighet riskerar att inte nå fram till »rätt« elever (se t.ex. DN, 001012). Den enskilde individen måste, ibland med tvång, förmås att ändra sitt beteende. Skolbarnen vet inte själva vad som är bäst för dem. Det synes vara acceptabelt att barn och unga tvingas till motion mot sin vilja, för att det är bra för dem. En arbetsgivare som tillämpar samma taktik på sina anställda skulle i alla fall inte accepteras utan mötas av ramaskri och protester.

Det är i skolan vi kan påverka elevers attityder och beteenden, ge förståelse och livskunskap, samt stimulera till ökat intresse för hur man sköter sin hälsa. [...] Nu är det hög tid att på allvar börja arbetet med att få människor att ändra livsstil. Det går, men det är en tung och långsam process. Låt oss börja med våra barn och ungdomar, låt oss börja med att radikalt öka idrott och hälsa i skolan! (DN, 001012)

Man förvånas över hur enkelt det är att uttala sig på detta sätt när det handlar om barn och unga. Det tycks fullt godtagbart att unga ska fostras och lära sig hur man på bästa sätt sköter sin hälsa. Det ligger naturligt i barnarollen att danas till en god medborgare. Däremot anses det inte acceptabelt eller

politiskt korrekt att fostra vuxna i folkhälsans lära. Vuxna vurmar för frihetsideologin och hävdar individens integritet samt rätten att bestämma över sin egen kropp. Mest förvånande är ändå den stora roll som skolan tillskrivs när det gäller barnens hälsa. Jag ställer mig frågande till varför föräldrarnas betydelse får så lite uppmärksamhet i diskussionen om barnens hälsa. Endast *en* skribent skriver i all korthet att föräldrar kanske kan ha en roll att spela när det gäller barnens hälsa och övervikt.

Man kan också undra om inte föräldrar och andra vuxna borde föregå med gott exempel. Det kan ju konstateras att även vuxna blir bredare och rundare och stundom övermåttan feta. (DN, 010421)

Föräldrarna tycks istället i opinionsmaterialet frias från ansvar för barnens hälsa och välmående. Det är inte föräldrarnas förskyllan att barnen äter fel mat och rör sig för lite. Det är snarare skolan som försummat hälso- och idrottsundervisningen. Kroppen betraktas i denna debatt som ett samhällsproblem. Problemet löses av samhälleliga institutioner *inte* av den enskilde individen, vilket inte var lika självklart när det gällde de vuxnas övervikt och ohälsa.

Även biroller spelar roll

Jag nämnde inledningsvis att övervikt ofta kopplas till negativa ting i texterna. Jag ska här följa upp den tråden och ge några olika exempel på hur fördomar om och stereotyper av överviktiga reproduceras i opinionsmaterialet. Textutsnittet nedan är också exempel på artiklar där övervikt omnämns, men inte ges en huvudroll. Att övervikt har en underordnad roll i mycket av opinionsmaterialet innebär dock inte att rollen är betydelselös. Även små och korta roller kan få betydelser i ett större perspektiv.

I texterna kopplas övervikt och överviktiga till vissa attribut och associationer frammanas, många gånger på en subtil nivå. Under till exempel rubriken *I korthet* används övervikt som en liknelse för företagsfusioner. Människors övervikt används här för att frammana bilder hos läsaren av överviktiga organisationer:

Trenden består – alla blir större. Inte bara människorna – bland vilka allt fler på nya och gamla kontinenter har problem med allvarlig övervikt. Utan i än högre grad företagen. Medan vi här i Sverige såg hur »vårt« lilla, fina Saab från Trollhättan *svaldes av stora* General Motors i Detroit, flög två jättar i den nyaste och hetaste av branscher i varandras armar... (DN, 000112)

Här drar skribenten paralleller mellan människors kroppar och företagens kroppar. Han eller hon försöker påvisa att allt och alla kan drabbas av övervikt i konsumtionens kölvatten. I denna text representeras övervikt och överviktiga negativt. Egenskapen att vara stor är inte lika högt värderad som att vara »liten och fin«. Övervikt(iga) kopplas på ett dubbelbottnat sätt till frosseri och glupskhets genom framställningen av det stora General Motors som äter upp den lilla delikatessen Saab. Journalister är inte oskyldiga utan kan i ett försök att vara spetsfundiga, och utan att egentligen reflektera över sin roll, bidra till att vidmakthålla fördomar om övervikt.

Överviktigas kläder kommenteras nedlåtande, deras hållning, men också inre egenskaper kopplas också ofta till negativa eller direkt nedlåtande ord och uttryck i artiklarna. Under rubriken *Mer idrott kan ge bättre betyg* tecknas bilden av dagens unga som feta, dumma, slöa, kläna, inaktiva och sjuka (HD, 001013). Ett annat exempel kan hämtas från en ledare i Aftonbladet där övervikt, representerat av en överviktig statsminister, förenas med egenskaperna och tillmälena »buffel«, »maktfullkomlig« och »en som inte kan föra sig« (AB, 970406). I en ledarartikel från DN (000226), som behandlar en dokumentärfilm om hemlöshet, används uttrycket »fysisk misär«. Uttrycket blir dubbelbottnat och tycks inte bara omfatta den materiella misären då ledarskribenten beskriver en hemlös överviktig man. Övervikten är det enda utöver huvudbonaden som omtalas för att beskriva en uteliggare. Det intressanta hos texten är att övervikten överhuvudtaget omtalas. Varför kommenteras inte personens hårfärg, hud, naglar, längd eller minspel? För att de inte är intressanta eller för att de inte är lika viktiga som just övervikt som tecken på kroppsligt och kanske också andligt förfall? Texten säger ringa om övervikt på ett manifest plan, men på ett latent plan säger det något om hur pass central egenskapen övervikt är för att beskriva en människa.

Att övervikt vid upprepade tillfällen kopplas till negativa fenomen och attribut får konsekvenser för hur vi som läsare uppfattar och ser på övervikt i det långa loppet. Texter har en historisk förankring, det vill säga de säger något om eller relaterar till tidigare händelser, utsagor och meningar, men de säger också något om framtiden om kommande tolkningar och betydelser. Det är på så vis som texterna kan både bekräfta redan existerande föreställningar och fördomar samt förstärka dessa, samtidigt som de gång på gång rekonstrueras och återuppstår.

Summering och reflektioner

Medierna fyller en viktig roll när det gäller att definiera och varna för övervikt. Hur medierna väljer att representera övervikt har betydelse för hur allmänheten uppfattar övervikt, men också de överviktiga. Mediernas rapportering i frågan kan också påverka den politiska dagordningen, politikers ställningstagande och beslutsfattande ifråga om övervikt.

Övervikt är ett komplext problem. Det har flera orsaker och förklaringar. I opinionsmaterialet är det framförallt kopplingen mellan motion och övervikt som belyses. I texterna finns flera manifesta budskap om den fysiska aktivitetens betydelse för att motverka övervikt. Detta kommer särskilt fram i den skolidrottsdebatt som förs av idrottspedagoger och läkare. I de latenta budskapen däremot, i metaforiken och de föreställningar som indirekt kommer till uttryck genom ordval och bildspråk, kopplas övervikt i stor utsträckning till konsumtion, frosseri och njutning. Övervikt blir på så vis ett problem som främst drabbar storätarna, de som inte kan tygla sina lustar. Denna representation ger inte bara näring till fördomar om överviktiga, utan är dessutom en felaktig förklaringsgrund i många fall av övervikt. Därmed inte sagt att övervikt inte kan vara ett självförvållat tillstånd orsakat av för mycket eller felaktig kost.

Viktminskning handlar om en förändrad livsstil där man *både* ser över kost *och* motionsvanor. Det intressanta i opinionsmaterialet är dock att man väljer att fokusera på motionsvanor, medan matvanor i stor utsträckning åsidosätts eller lämnas därhän. En förklaring kan vara att matvanor är mer värdeladdade än motionsvanor därför att de är tydligare klassrelaterade jämfört med våra motionsvanor. Maten på tallriken säger ofta mer om individens sociala bakgrund än valet av motionsform. Det är därmed också svårare att tala om och försöka ändra matvanor jämfört med människors motionsvanor. Överviktsproblemet är sålunda dubbelbottnat, men belyses ganska ensidigt i texterna.

Det finns flera olika föreställningar om vad övervikt är och hur de ska förstås. Övervikt representeras bland annat som en sjukdom, ett skönhetslyte, en samhällelig utgift, men också som ett naturligt tillstånd, något som vi lika gärna kan, eller bör vänja oss vid. Övervikt är sålunda inte avvikande utan normalt. Att övervikt är en problematisk fråga beror dels på de olika föreställningar som råder kring övervikt, dels på ekonomiska åtstramningar

inom vården, som tvingar fram ett ställningstagande om övervikt, ett ställningstagande som ingen egentligen vill ta.

Det talas mycket i opinionsmaterialet om behov av paradigmskifte inom vården och hälsopolitiken. Det ställs också en mängd retoriska frågor i texterna. Frågor, vars svar läsaren får söka antingen mellan raderna eller någon annanstans. Exempel på sådana frågor är: Är övervikt en sjukdom? Vem äger hälsan? Vem ska betala? Varför dör vi? Vad är hälsa och ohälsa? Vad är viktigast att åtgärda, akut lidande eller vällevnadsdilemman? Ska sjukvården ge individen hälsa eller lycka? Kan de två värdena särskiljas?

Att frågorna överhuvudtaget ställs direkt eller indirekt tyder på en medvetenhet om problematiken och svårigheten i att dra gränser mellan det offentliga och det privata, mellan kollektiv och individuell nytta, mellan statens och den enskildes ansvar för kropp och hälsa. Den retoriska frågan är också journalistens sätt att bedriva granskande journalistik. Det behöver förvisso inte alltid vara en journalist som ligger bakom det opinionsbildande materialet, men det är i många fall journalisterna som har modet att ställa dessa obekväma och svåra frågor. Ingen vill förvisso i klarspråk besvara dem, men de väcker kanske ändå vissa tankar hos läsaren och stimulerar till samtal, vilket trots allt är opinionsjournalistikens främsta syfte. Varken politiker, medicinsk expertis, myndighetspersoner, forskare, intresseföreningar, medborgare eller andra aktörer synes likväl intresserade av att debattera övervikt och etik, vilket frågorna i stor utsträckning handlar om. En tänkbar förklaring härtill är att övervikt, trots att tillståndet alltid har funnits hos vissa individer i befolkningen, fortfarande är ett alltför laddat hälsoproblem. Idag tycks det nästan vara lättare att tala om könssjukdomar och svart städhjälp än att tala om övervikt. Ingen vill omnämna det. Ingen vill ta ansvar; ingen vill heller peka ut ansvariga. I opinionsmaterialet utsätts dock politiker för kritik från såväl journalister som medicinare. Av medicinare kritiserar politiker för att inte ta övervikt på allvar, för att negligera problemet och dess konsekvenser. Av journalisterna kritiserar politiker för att inte sätta gränser för det offentligas utgifter. Journalisterna förebrår politiker för att de tillåter livsstilsmediciner att åderlåta sjukvården. Den enskilde individens ansvar för sin egen hälsa diskuteras visserligen i en del texter, främst i ledarartiklarna, men har en ganska undanskymd plats om man ser till materialet i sin helhet.

Social klass och ålder är de kategorier som oftast används i opinionsmaterialet för att peka ut riskgrupper eller redan drabbade. Med ett klassper-

spektiv blir individens vikt beroende av samhällstruktur, familjebakgrund och den smakkultur individen fostrats in i. Individens möjlighet att påverka sin egen hälsa är med ett sådant perspektiv begränsad.

Med ett åldersperspektiv på övervikt hamnar barn och unga snabbt i fokus. De vuxna befolkningsgrupperna tycks, om inte förlorade så alltför svåra att behandla för att det ska anses mödan värt. Bättre då att rädda de unga från kroppsligt förfall och ohälsa, och vem är bättre rustad för denna uppgift än skolan. Skolan utses i medietexterna till både syndabock och botgörare. Skolan anklagas för att hittills ha negligerat barnens hälsoutveckling, men ska i större utsträckning framöver ansvara för barnens fostran till friska medborgare. Samhället äger därmed barnens kroppar, men inte de vuxnas.

Att övervikt är belagt med tabu kan förklaras av att övervikt framhålls som en antites till skönhet. Övervikt strider mot vårt senmoderna och västerländska utseendeideal. Att säga att någon bör tänka på sin vikt uppfattas som en skymf – inte omtanke om personens hälsa. Att påtala någons övervikt anses nedlåtande; att vara överviktig likställs med att vara ful. När det gäller många andra hälsorisker finns ingen anledning att ifrågasätta huruvida behandling är en individuell eller kollektiv nytta. Det är exempelvis en rådande uppfattning att vård av alkoholister och alkoholrelaterade, men också tobaksrelaterade sjukdomar, skall betalas med kollektiva medel. Övervikt har dock inte nått den positionen, vare sig i den allmänna opinionen, politiken eller i vården. Övervikt är nämligen inte ett tillstånd, utan flera olika, allt från lite övervikt till allvarlig fetma, från ett friskt tillstånd till ett akut sjukligt tillstånd. Detta talas det inte om i artikeltexterna. All övervikt dras istället över en kam. En utbredd föreställning i texterna är dessutom att övervikt är ett kosmetiskt problem. Med en sådan syn kan övervikt knappast rymmas i den svenska sjukvården.

Föreställningar om övervikt och överviktiga i nyhetsmaterialet

I DETTA KAPITEL redovisar jag analysen av det allmänna nyhetsmaterialet. I den analys som redovisades i föregående kapitel inkluderades samtliga artiklar av opinionsbildande slag. Samma tillvägagångssätt vore omöjligt vid analysen av det allmänna nyhetsmaterialet, eftersom merparten av tidningstexterna faller inom denna kategori. Det här kapitlet baseras därför på ett urval av cirka 400 artiklar (se kap. 3). Även om endast ett urval av artiklar explicit ingår i analysen kan man säga att övriga artiklar ingår implicit, eftersom samtliga artiklar trots allt har studerats i sin helhet och ägnats en hel del tid. Jag har därför också tillåtit mig att ge exempel på citat ur artiklar från återstoden av materialet. Detta har gjorts i den mån jag har känt till sådana och i den mån jag har bedömt det vara relevant att inkludera dessa i analysen för att förtydliga resonemang och exemplifiera. Min bedömning är att denna öppenhet och flexibilitet i tillvägagångssättet har berikat resultatet av den analys som jag här presenterar.

Trots de begränsningar som gjorts har materialet upplevts som både omfattande och innehållsrikt. Även om jag har analyserat alla de drygt 400 texterna är det omöjligt att ge en fullständig redovisning av dem. Kvalitativa analyser utmärker sig också på så vis att det finns alltid mer att säga. Sista ordet är därför inte sagt. Detta kan därför betraktas som en inbjudan till en dialog om texternas egenskaper. Min strävan har varit att göra analysen så genomskinlig som möjligt och grunda mina tolkningar i tydliga exempel från artikelmaterialet. Huruvida mina tolkningar är rimliga och huruvida jag har lyckats uppfylla min ambition är upp till läsaren att bedöma.

Tematiska ingångar och kapitlets disposition

I kapitlet redogör jag för de övergripande teman jag har funnit i artikelmaterialet och som kännetecknar diskursen om övervikt i de studerade dagstidningarna. Sammanlagt presenteras åtta olika teman.

Kapitlets första tema – Vetenskapliga definitioner – introduceras under rubriken *BMI – ett heligt mantra*. Här behandlar jag frågorna: Vad är övervikt? och Hur mäter man övervikt? Övervikt är nämligen inte en sak utan flera och rapporteringen berättar om olika sorters vikt.

Det andra temat, Överviktens förklaringsmodeller, presenterar jag under rubriken *Kan snålgener och virus förklara övervikt?* Jag redogör här för tre övergripande förklaringsmodeller till övervikt som jag finner väl representerade i artikelmaterialet, men också några enstaka mer spektakulära modeller.

Jag behandlar det tredje temat – Matens roll och betydelse – i avsnittet *Frossa gärna, men inte hur som helst*. Här blir överviktens koppling till konsumtion och mat explicit. Inom detta tema diskuteras också matens erotiska laddning, mat och synd, kampen mellan fett och socker (vad är farligast?) samt behovet av en kalkylerad hedonism, det vill säga en hedonism med inslag av asketism.

Fetmans sociokulturella innebörd är det fjärde temat. Det presenteras under rubriken *Vi och dom*. I avsnittet diskuterar jag hur vi tydliggör vår egen identitet genom att jämföra oss med eller spegla oss i »den andre«, vare sig det är människor eller djur. I texterna framträder »den fete andre« som ett avskräckande exempel och ett bevis på vår egen förträfflighet. Jag visar i samband med detta tema också hur djuren i artikeltexterna fungerar som ställföreträdande människa.

Jag behandlar temat Hälsorisker och forskning i ett par avsnitt. *Tjock – och frisk* är ett avsnitt som fokuserar på riskinformationen i det allmänna nyhetsmaterialet. Det leder oss vidare in på ett avsnitt som jag valt att kalla *I väntan på mirakel*. Här diskuterar jag fetmaforskningen och den förväntan som finns på denna när det gäller att finna en lösning på överviktsproblematiken.

Under rubriken *Teknikens under* introducerar jag temat Teknikens löften och ställning. Här presenterar jag några tekniska innovationer som sägs kunna vara människan behjälplig när det gäller att minska i vikt. Vi bekantar oss bland annat med chokladplåstret, teve-cykeln och tjejmobilen.

Den enes bröd är den andres död är rubriken på det avsnitt som behandlar temat Ekonomiska intressen. I samband härmed uppmärksammas fetma-medicinen Xencial. Jag resonerar bland annat om hur medicinen och dess verkningar introducerades för allmänheten genom de studerade dagstidningarna. Därefter avhandlar jag bantningsindustrin och dess undergörande kurer. Jag kommer här också in på hur Aftonbladet har gjort bantning och hälsorådgivning till en affärsidé och presenterar samtidigt en lista över några av Aftonbladets rekommenderade viktminskningsmetoder.

Jag diskuterar det sista temat i kapitlet – Könens betydelse – under rubriken *Kvinnlig och manlig övervikt*. Här redogör jag för hur övervikt representeras beroende på kön. Jag visar bland annat exempel på hur kvinnlig övervikt framställs som vämjelig medan manlig övervikt representeras som fryntlig. Inom detta tema genomlyses även en specifik journalistisk genre – framgångshistorien. I samband med diskussionen av denna genre pekar jag bland annat på hur den sedimenterar den etablerade könsordningen och förstärker förutfattade meningar om överviktiga.

BMI – ett heligt mantra

Människokroppen liksom dess vikt är komplicerade fenomen. Det talas om en kroppslig uppdelning i vikt, fettprocent, fettfri vikt, skelettvikt, muskelvikt, muskelprocent, övrig vikt, målvikt, idealvikt, »bästa möjliga vikt«, farlig och ofarlig vikt och liknande. Hur ska vi veta om vi ligger i farozonen när det gäller övervikt? Vilka utsätter sin kropp för risker och vem »bör« behandla sin övervikt? På dessa frågor får vi olika svar. Att svaret varierar kan förklaras av att övervikt inte är en sak utan flera. Det är stor skillnad mellan att ha 5 respektive 20 kilos övervikt, men i båda fallen är individen överviktig. »Att vara knubbig är ingen sjukdom«, säger barnläkaren och fetmaexperten Marcus, och fortsätter: »Ett problem är dock att vi använder samma ord för att vara lite mulliga som för sjukligt fet. Det är inte samma sak« (AB, 011003).

BMI, »body mass index«, är en formel som hjälper oss att räkna ut hur vi ligger till viktmissigt. För att få fram sitt BMI ska man: »Dividera kroppsvikten med kroppslängden gånger kroppslängden« (AB, 990327b). BMI har blivit ett återkommande »mantra« i artikelmaterialet och presenteras i DN som »ett klassiskt sätt att bedöma övervikt« på (DN, 010818). Många är de texter som avslutas med en uppmaning till läsaren om att själv räkna ut sitt

BMI för att få svar på sitt hälsotillstånd och på så vis kunna ta ställning till om en given information berör vederbörande eller inte. Plötsligt vet alla vad BMI är, skriver en journalist i DN:

För ett decennium sedan skulle BMI kanske varit ett av många avskräckningsvapen i terrorbalansens arsenaler. Idag är det emellertid en formel med vilken man mäter att man blivit tjock. Tills i går var man enkelt överviktig vilket en våg kunde mäta. Men det begreppet var inte förfinat nog. Nu mäter man kroppens massas index och befinns trind på ett nytt och sofistikerat sätt. (DN, 990104)

Förr fanns det en möjlighet att fuska. Badrumsvågen kunde avläsas till ens fördel. Vi är säkert många som lutat oss åt olika håll, stått och vägt med tårna, för att lura vågens visare att krypa under ett visst streck. Men BMI går inte att bedra. BMI är en vetenskaplig och medicinsk formel som tillhandahåller »sanningen«, om än en obehaglig sådan. BMI behövs, hur ska vi annars kunna se eller veta om vi lider av fetma? Medicinarna kan därmed sägas kontrollera våra kroppar. Det finns en medicinsk uppfattning om hur en frisk kropp ska vara proportionerad. BMI uttrycker dels kvoten mellan längd och vikt, dels »hur mycket fett man har i kroppen« (AB, 010331b).

BMI:s kategoriindelning återges med olika gränsvärden i texterna, vilket gör det svårt för läsaren att förhålla sig till informationen om övervikt. I en artikel är BMI 18,6–23,8 detsamma som normalvikt, men bara för kvinnor. Övervikt för kvinnor uppges vara 23,9–28,6. Männens normalvikt uppges vara BMI 20–25, medan övervikt för män är BMI 25,4–30,0 (AB, 990327b). Någon källa för de olika gränsvärdena uppges inte och i en annan artikel hämtad från samma tidning är normalvikt BMI 18,5–25, oavsett kön. Kategorin därefter benämns »kosmetisk övervikt« och motsvarar BMI 25–30. Därefter talas det om kraftig övervikt. I DN räknas BMI 25–30 som övervikt, oavsett kön. BMI 30–40 är fetma och mer än 40 är svår fetma (DN, 010818). Folkhälsoexperter inom EU uppges vilja sänka den övre gränsen för normalvikt till BMI 21. Få personer lär klara denna gräns, men det spelar inte så stor roll sägs det i artikeln, för avsikten är att »höja medvetandet om att det inte är vare sig funktionellt eller hälsosamt att vara för tung för sin längd«. Utöver de varierande gränsvärdena är ytterligare ett problem med BMI att det inte klarar av att särskilja personer med farlig övervikt runt midjan från vältränade muskelberg och atleter. Så vad är egentligen övervikt – en ständig rekonstruktion – fysiskt mätbar, men verklig främst i sina konsekvenser.

BMI är dock inte allenarådande på »marknaden«. Läsaren förses med en mängd alternativa sätt att uppskatta övervikten på från enkla tumregler till

exempel försök se dina tår utan att böja dig fram, till mer avancerade beräkningar och mått. Ett sådant är »sagital diameter«, vilket betyder måttet mage-rygg. Det innebär att *höjden* på magen mäts medan individen ligger ned (DN, 970321). Några gränsvärden finns inte för mätmetoden, varför den knappast är intressant för en bredare publik.

Slutligen talas det om att mäta divisionen mellan bukomkrets och stussomkrets. Kvoten mellan midja och stuss anses vara ett internationellt gångbart mått, men används mindre i den svenska vården. Detta mått är emellertid av betydelse då individens riskprofil även påverkas av var på kroppen övervikten sitter. Hälsokvoten ska ses som ett riktvärde – inte som ett fullständigt betyg på den egna hälsan, förtydligar en läkare (AB, 990619). I artikeln presenteras också den idealiska hälsoprofilen – »för kvinnor« – i listform. Som läsare kan man undra om Aftonbladet hyser särskild oro för kvinnors kropp och hälsa, eller varför har männens idealiska mått helt utelämnats? De perfekta relationerna mellan stuss och midjemått anges i centimeter. Vi får på detta sätt vetskap om att ett stussmått på 70 cm matchas bäst av en midja på 56 cm. En stuss på 140 cm sägs ha ett midjemått på 112 cm som ideal. Att ett midjemått på 112 cm innebär bukfetma nämns dock inte med ett ord i artikeln. Däremot kan man i HD läsa att det senaste sättet att bedöma farlig övervikt är just midjemåttet. I HD sägs det att kvinnor »bör hålla sig under 80 centimeter« (att jämföra med måttet 112 cm ovan), medan männens midjor kan sträcka sig så långt som till 94 cm. Kvinnor med midjemått 80–88 cm »bör se upp« och de med vidare mått än så tillhör »högriskgruppen« för diabetes, högt blodtryck, belastningsskador och hjärt- och kärlsjukdom (HD, 010616).

Forskare söker efter olika sätt att mäta övervikt på och uppskatta dess risker. De många och olika sätten som presenteras kan skapa förvirring och osäkerhet hos den enskilde individen, som föredrar mer vardagsnära sätt. En manlig representant för allmänheten säger: »Bästa måttet på min egen hälsa är inte effekten av ett måttband, utan hur jag själv upplever läget« (AB, 990619). Vi vet dock att det upplevda tillståndet kan skilja sig avsevärt från det faktiska medicinska. Att försöka bidra till att människor får en realistisk riskuppfattning och att de handlar därefter, kan inte bara vara folkhälsostrategens uppgift, utan åligger alla dem som kommunicerar om övervikt till en större publik. Många gånger vill vi dock inte ta till oss information. Negativa besked tar emot. BMI och olycksprofeter förpassas därför snabbt till en avlägsen garderob: »... vardag och en och annan bilring ingår i verklighe-

ten« (DN, 990104). Övervikt normaliseras. Medicinska formler gör varken från eller till.

Kan snålgener och virus förklara övervikt?

I tidningsmaterialet finns olika förklaringsmodeller till övervikt. Tre återkommande förklaringsmodeller är evolutionsmodellen (även kallad den genetiska modellen), den samhällsstrukturella modellen samt modellen för individuellt ansvar. Den första modellen innebär att övervikt lastas våra förfäder. Övervikt är ett genetiskt arv (jfr det naturalistiska perspektivet på kroppen i kap. 1, se även Shilling, 1993). Modellen tar sin utgångspunkt i biologin och det förhistoriska samhället. Den andra modellen skuldbelägger det senmoderna samhället och dess strukturella och tekniska omvandling, och den tredje ställer individen till svars för sin övervikt. Den samhällsstrukturella modellen hämtar sin förklaring både i och utanför människans kropp. Kroppen formas och begränsas av samhället, och kan därmed betraktas som en social konstruktion (jfr det socialkonstruktionistiska perspektivet på kroppen i kap. 1, se också Shilling, 1993). Den tredje modellen bygger på idén »blame the victim«. Individen har sig själv att skylla. Den medicinska expertisen och de överviktiga själva åberopar ofta evolutionsmodellen för att förklara övervikt. Politiker talar om övervikt som en klassfråga och hämtar förklaringen i strukturella faktorer, medan journalistkåren menar att övervikt orsakas av individens fria val och handlingar.

Evolutionsmodell

En förklaring kan ligga i evolutionen. Urmänniskan hade inte den obegränsade tillgång till föda som vi har idag. Urmänniskan svalt och den som kunde samla in energireserver i form av fett hade större chans att överleva. [...] Vi har inom oss starka biologiska faktorer som reagerar på hunger men kroppen ger inga signaler när den blir övergödd, åtminstone inte i första taget. Fastän vi inte längre behöver lagra energireserver på samma sätt som förfäderna. Men det vet inte våra gener, så de fortsätter konstruera signalsystem som de alltid gjort. (HD, 970608a)

Vi finner spår av samma förklaringsmodell i artikeln *Förödande överflöd* (DN, 010728), där det berättas om »the thrifty gene«. Den snåla genen var en gång en nödvändig överlevnadsbetingelse, men har idag blivit en belastning då ett överflöde av mat finns konstant tillgängligt, berättar Rössner.

Grundproblemet sitter i generna, påpekar professor Sjöström. Vi är konstruerade som våra förmödrar och förfäder; jägare och samlare, som tog varje chans att äta

eftersom de kunde få svälta långa perioder. – Fetma är *inte fråga om dålig karaktär, utan om gener* som har med aptitreglering att göra. Det är därför det är så svårt att banta och nästan omöjligt att bibehålla vikten. (AB, 970312)

I en intervju med barnläkaren och fetmaexperten, Claude Marcus, frågar journalisten Mårtensson: »– Är det föräldrarnas fel att barnen blir feta?« Varpå Marcus svarar: »– Nej. För att man ska bli överviktig krävs ett genetiskt arv. Om man har en uttalad ärftlighet så blir man överviktig *oavsett* hur miljön eller samhället ser ut« (AB, 011003).

ÖR har gjort den genetiska förklaringsmodellen till sin. I mycket affekterade ordalag citeras en representant för ÖR. Argumentationen har nästan rasbiologiska övertoner. De överviktiga påstås vara utsatta för det värsta övertramp en svensk regering någonsin begått. Överviktiga diskrimineras på grund av sitt »genetiska arv«, ungefär på liknande sätt som epileptiker, kriminella och psykiskt sjuka gjorde i 1900-talets tvångssteriliseringsdebatt.

Skyll-dig-själ-mentaliteten tog ett jättekliv framåt, när subventionerna för läkemedel mot fetma togs bort för två månader sedan. »Troligtvis det mest *diskriminerande* beslut som en svensk regering tagit i modern tid«, tyckte företrädare för Överviktigas riksförbund: En stor grupp *människor har uteslutits* från det allmänna trygghetssystemet *på grund av sina genetiska anlag*. (DN, 010616)

Med den så kallade genetiska förklaringsmodellen skiljs kropp från själ. Kroppen blir en autonom mekanism, en maskin, som inte kan underkastas människans vilja. Med en genetisk förklaringsmodell blir de överviktiga dels fria från ansvar för sin kroppsliga utveckling – den är ju förprogrammerad, dels kan de betraktas som en egen mänsklig särart eller grupp. Deras genetiska anlag skiljer sig från andras och det blir därför också lättare att tala om ogynnsam behandling, till exempel vid anställningsintervjuer, låneansökningar, kontaktförmedlingar och resor som inte gått enligt planerna, som diskriminering.

En 170 kilo tung fransman har klagomål på och planerar att stämma Air France för *rasism* sedan flygbolaget vägrat honom en plats på planet från Paris till Peking om han inte betalar för två sittplatser. Jean-Paul Touze missade sitt jobb som domare i en schackturnering och har anmält bolaget för *diskriminering* till en organisation för mänskliga rättigheter i Paris. (DN, 990815)

Under rubriken *För tjock för ett lån* (HD, 990729), säger Petra Strömberg från Grästorps kommun, som nekats ett lån på 12 500 kronor för att betala sin kvarskatt: »Det här är diskriminering... Jag har aldrig känt mig så mindervärdig i hela

mitt liv.« Försäkringsbolaget, som nekat låneansökan, hade en viktgräns på 120 kilo för att medge en livförsäkring. »Vid tillfället för låneansökan vägde Petra 139 kilo, men hade gått ned till 125 kilo när hon fick avslaget.« Listan på »diskrimineringsfall« kan göras lång. Det talas om kränkningar och om »förtryck« med mera. Övervikt tas i somliga fall som ett slags försvar. Det tycks ibland vara en lätt utväg att beskylla andra för diskriminering.

Vid läsningen av texterna som gör diskriminering gällande kan man få intrycket av att överviktiga blundar för omgivningens fakticitet och att deras övervikt kan få konsekvenser för andra. En stor övervikt riskerar till exempel att inkräkta på så kallade territoriella gränser. Det finns ett slags oskrivna sociala regler för hur mycket utrymme en människa får göra anspråk på i det offentliga rummet, liksom det finns regler för vilket avstånd vi ska hålla till varandra när vi exempelvis samtalar. Dessa regler är kulturellt betingade. I somliga av texterna tycks de överviktiga nonchalera dessa konventioner. Lyman (1978) går så långt i sin sociologiska analys av storätare (»the glut-ton«), att han talar om territoriell »imperialism« för att beskriva de överviktigas tendens att breda ut sig på andra människors bekostnad.

Den överviktiges rättigheter framhålls från den överviktiges perspektiv som obegränsade, utan krav på skyldigheter. Det är inte mig det är fel på. Jag försvarar bara min rätt, tycks de överviktiga i tidningstexterna resonera. Däremot motarbetar omgivningen mig, och vill mig illa. De diskrimineringsfall som lyfts fram i materialet är ofta extrema på något sätt och vittnar om en slags fanatism och misstänksamhet mot omgivningen. En sådan representation gynnar troligen inte de överviktiga som grupp. Den riskerar snarare att väcka agg och irritation istället för sympati och förståelse för de överviktigas problem i det sociala livet.

Struktur- och individmodell

Det finns flera exempel på att människan betraktas som oförmögen att själv välja hur hon vill leva. Istället är hon fången i en social struktur eller ett offer för samhällets tekniska utveckling.

Forskarna är inte helt överens om de viktigaste orsakerna, men allt fler studier visar ändå att vi inte konsumerar så mycket mer kalorier nu än för 25 år sedan. Däremot har det skapats mängder med hjälpmedel för att vi ska slippa röra på oss, bilar, rulltrappor, fjärrkontroller, elvispar... eftersom det är den nya tidens omgivningsfaktorer som orsakat problemen med övervikt och fetma anser

Claude Marcus att det även borde gå att ändra omgivningarna så att de blir mindre skadliga. (DN, 010919)

Citatet kan tolkas som att individen står utan valmöjlighet. Hon kan inte själv välja bort bilen, hissen och så vidare. Exemplet nedan är hämtat från artikeln *Nallarna gör att vi blir allt fetare* (HD, 970913).

Mobiltelefoner bidrar till att vi blir fetare. Det hävdade den brittiske näringsexperten Andrew Prentice vid en konferens vid universitetet i Leeds i norra England. Han anser att mobiltelefonen årligen berövar ägaren 16 kilometers promenad. Tillsammans med andra aspekter av det bekväma livet – fjärrkontroller, rulltrappor och hissar – bidrar mobiltelefonen till att antalet överviktiga ökar i rask takt.

Även andra »naturliga« delar i dagens samhälle framhålls som syndabockar. Framförallt talas det om tevens och datorspelens skuld när det gäller övervikt. Medier tycks alltid utgöra ett hot för människans kulturella och kroppsliga utveckling (jfr diskussionen om moral-/mediepanik, kap. 5).

Den tredje förklaringsmodellen har jag valt att kalla modellen för individuellt ansvar. Den tar sin utgångspunkt i det senmoderna konsumtionssamhället där den karaktärsdanande pliktmodalen fått stryka på foten för individens konsumtion. Bekvämlighet och individuellt välbefinnande är eftertraktade värden och lycka upplevs genom konsumtion (jfr diskussionen i kap. 1 om konsumtion och konsumtionssamhället).

En föreställning som gång efter annan träder fram i tidningstexterna är människan som njutningsvarelse. Människan vill inget hellre än att hänge sig åt frosseri. Att det de facto finns människor som nöjer sig med en portion, som inte drömmer om att få bada i choklad och sötsaker, simma i grädde och fett, tycks vara otänkbart. Utgångspunkten är att vi alla vill konsumera hejdlöst, utan att det sätter några spår på våra kroppar. »Ät, drick – och förbli smal ... varje bantares dröm« (AB, 990314). Problem uppstår dock om människan inte begränsas. Hedonismen bör tyglas. Njutningarna och frosseriet måste ransoneras. Husz och Lagerkvist (2001) talar om en slags kalkylerbar hedonism. Den innebär att asketiska ideal förs in som ett medel för hedonism. Vi finner tydliga spår av detta i texterna (se även avsnittet nedan – Frossa gärna, men inte hur som helst).

Individens övervikt förklaras med att vi är för lata och för njutningslystna. Vi äter för mycket och rör oss alldeles för lite. »Folk gräver sin grav med kniv och gaffel«, säger Rössner, i Aftonbladet (AB, 010331a). Vissa aktörer föredrar att lägga betoningen på felaktig kost, andra prioriterar fysisk akti-

vitet. I artiklar där övervikt representeras som en hälsorisk är det främst den fysiska aktiviteten som lyfts fram som inte bara en förklaring till problemet, utan också en lösning på det. I de artiklar där övervikt behandlas som ett kosmetiskt problem, är det vanligare att kosten framhålls som primär orsak till övervikt. Oavsett vilket, är det individens val av livsstil som orsakat övervikten. Vi får därför skylla oss själva om vi drar på oss extra kilon.

Sensationsmodeller

Det finns även några spektakulära eller tentativa, för att inte säga tveksamma, förklaringsmodeller till övervikt i tidningsmaterialet. Samtliga spektakulära förklaringsmodeller under de tre studerade åren finner vi inte så förvånande i Aftonbladet.

I artikeln *Kall vinter gör dig tjock* (AB, 000516) påstås det att väderleken under födelseåret har stor betydelse för framtida fetma. På liknande sätt har somliga amerikaners övervikt förklarats av stor nederbörd (se nedan, avsnittet Den fete »andre«). I en annan artikel anges sömnbrist som en förklaring. Sömnbrist medför inte bara dåligt humör utan kan också leda till fetma då trötthet felaktigt tolkas av kroppen som energibrist (AB, 001022). Dessutom omtalas en virusmodell i flera artiklar. Första gången virusteorin presenteras är i april 1997.

Virus kan orsaka fetma: feta människor kan vara överviktiga på grund av att de drabbas av ett virus, hävdar vetenskapsmän. Tester på 105 överviktiga i Wisconsin i USA visade att 18 procent hade viruset, känt som AD-36. Ingen av de smala människor som testades bar på viruset. (AB, 970408)

Tre år senare publiceras ytterligare en virusvarning. Även denna är från USA. Artikeln är omfattande och ganska detaljerad. Den avslutas med en kommentar från vår egen expert, professor Rössner. Han intygar allvaret i varningen och virusteorins seriositet.

Svettas du på gymmet flera gånger i veckan för att hålla bilringarna borta? Det är ingen garanti för att du ska hålla dig slank. Nya forskarrön visar att fetma kan orsakas av virus. En nysning från grannen på tunnelbanan eller en hostande kollega i det öppna kontorslandskapet kan räcka för att du ska lägga på dig oönskade kilon. Och det är smärta personer som smittar. Om de bär på viruset vill säga. [...] Dåliga kostvanor räcker inte som förklaring. Inte heller ärftliga anlag. Även i fattiga länder bortom snabbmatskulturen blir befolkningen allt tyngre. Detta har orsakat huvudbry hos forskare världen över. Kan svaret på deras bekymmer vara virus? Enligt amerikanska forskare är det mycket sannolikt. [...]

Att virus skulle vara orsaken till övervikt är många dröm. Både personer som lider av fetma och för läkare. Kopplingen mellan övervikt och virus är dock mycket kontroversiell. Professor Stephan Rössner på överviktsenheten på Huddinge sjukhus påpekar dock att de nya uppgifterna måste tas på allvar. – Vi får inte glömma bort att samma skepsis förekom när man först sa att bakterier kunde orsaka magsår. Idag vet vi att så är fallet. Det är inte alls omöjligt att virus är en bakomliggande orsak till fetma. Men än så länge kan vi bara gissa, säger Stephan Rössner. (AB, 000813)

Frossa gärna, men inte hur som helst

Mat berättar om vår konsumtion, om kropp och kön, men också om socialisation, arbetsdelning och identitet (Lupton, 1996; Beardsworth & Keil, 1997). Maten överskrider gränsen mellan natur och kultur, individ och samhälle. Mat handlar både om att inkorporera objekt i den egna kroppen och att själv inkorporeras i ett samhälle. Detta är riskfyllt eftersom vi genom införlivandet av maten inkorporerar matens egenskaper och på så vis blir vad vi äter. Det finns därmed en risk för att vi blir mer än vad vi är eller vill vara (L'Orange Fürst, 1997).

Smek kylan lyder rubriken till en mindre artikel på DN:s kultursidor, i vilken kylskåp och bilar sägs vara lika sexiga.

Jag går fram till kylskåpet, stryker över den blanka ytan, öppnar och stänger, öppnar och stänger: ser lampan tändas och hör det sugande ljudet från gummi-listen. (DN, 970221)

Kopplingen mellan mat och erotik är många gånger tydlig i artikelmaterialet. Mat är sexigt, men inte i överflöd. Konsumerad mat omvandlad till fettceller i en kropp framhålls sällan som inbjudande eller attraktivt. Istället övergår maten till att betraktas som något syndigt. Överdrivet ätande anses vara ett tecken på emotionell eller sexuell svält. Maten sägs kompensera bristen på kroppslig lusta. Mat i överflöd eller »fel« sorts mat ger också upphov till skam, ångest och äckel. För mycket mat kan skapa fysiskt illamående. För mycket kropp kan skapa psykiskt illamående. En manlig journalist gör följande bekännelse:

Under den korta tid jag äter godis tycker jag att det smakar gott. Så fort jag har ätit färdigt känner jag mig äckligt tjock. Under den period av mitt liv när jag åt lösgodis flera gånger i månaden kände jag mig äckligt tjock hela tiden. Det kunde jag inte tala om, ty mina sju kilo för mycket var alldeles för lite för att kunna jämföras med plus tjugo kilos personer. Sju kilo uppfattas oftast som ett snobberi med övervikten. [...] Vi som lyckas tacka nej till för mycket och för fet mat visar

att det går. [...] Min syn på dumma kalorier har förändrats. När jag känner för skräpmat och godis räcker det att titta på när riktigt överviktiga vräker i sig. Hade jag haft en spegel för en stund sedan hade jag äcklat kunnat titta på en man som vräkte i sig en Magnum Classic och 214 gram lösgodis. (HD, 010824)

Citatet ger tydligt uttryck för skamkänslor och avsky inför överviktiga kroppar. Man får inte ge efter för frestelser, men när man ändå gör det förvandlas skammen till äckel inför individens svaghet och det bestående kroppsliga resultatet. Den manlige skribenten tar avstånd från sitt forna överviktiga jag, och antyder samtidigt en slags hierarki bland överviktiga. För att man ska ha rätt att känna missnöje med sin kropp får man inte ha för »liten övervikt«. Det gälls inte, och gillas inte av dem med större övervikt. Citatet nedan visar också på kopplingen mellan övervikt och synd – att äta det förbjudna.

Socker är annars starkt förknippat med godsaker och övervikt. Själv får jag dåligt samvete bara av att lukta på en karamell, medan en av mina väninnor, en fransyska, är slank som en ballerina, trots att hon formligen frossar i »det förbjudna«. (DN, 991002)

Citatet är hämtat från en artikel med rubriken *Sockra utan dåligt samvete*. En dubbelbottnad artikel som både uppmuntrar till avhållsamhet och njutning. Artikeln avslutas med recept på »oslagbar« knäck och en »sanslöst god« valnöts- och honungspaj. Den senare innehåller både socker, sirap och honung som sötningsmedel – ytterligare frestelser. Eller hur är det egentligen, är socker »förbjuden frukt« eller inte? Det finns artiklar som bestrider varandra på den punkten. Socker och fett utkämpar en slags duell. Vem är skyldig när det gäller övervikt? Ibland är det sockret som är segrare, ibland är det fett.

Det farliga sockret håller på att omvärderas. Överviktiga äter inte mer socker än andra, fett utgör en större fara för vikten och hälsan. (DN, 991002)

Det är inte fett som gör dig fet. Utan socker. Det visar nya studier från USA. [...] Socker är alltså ett större hot än fett. (AB, 990814)

Maten och dess beståndsdelar är ett centralt tema när det gäller övervikt. Mat och viktninskning ligger i gränslandet mellan materiellt förkroppsligande och kulturella praktiker och diskurser (Stinson, 2001). Mat ska avnjutas, men med medvetenhet och utan skuld-känslor. Exakt hur det ska gå till antas vi inte veta, utan det måste vi lära oss. Såvida vi inte vill riskera hälsan.

Den egna smaken upplevs oftast vara den enda rätta och naturliga. Andras smak kan väcka aversioner. Smak är dock inte något av naturen givet utan

bygger på konventioner. Smak kan beskrivas som en slags förkroppsligad klasskultur (Bourdieu, 1984), men den går att förändra. Tilltron till informationskampanjer och kommunikationsinsatser som förändringsverktyg är inget framträdande ämne i det allmänna nyhetsmaterialet, däremot förekommer åsikter därom i opinionsmaterialet. Somliga skribenter är positiva till information som samhälleligt styrmedel (se t.ex. HD, 010225; HD, 990919). Andra ifrågasätter folkhälsokampanjer som verkningslös propaganda och pekpinnefasoner eller skämtar om informationsinsatser som gjorts (t.ex. kampanjen Sätt Sverige i rörelse, under 2001). En ledarskribent i DN menar att det inte behövs »större doser hälsopropaganda«. Vi har redan utsatts för en »massiv kostpropaganda« och det till ingen nytta för likväl »lägger vi på hullet«. Vi blir alltså inte feta för att vi inte vet vilken mat som är bra, menar journalisten (DN, 001214). Samtidigt tillhandhåller samtliga tidningar kostråd och anvisningar för viktminskning, men också »smalkurser« och »ätskolor« där läsaren ska lära sig att äta rätt. Sålunda gör man skillnad på information beroende på vem som tillhandhåller den. Om journalisterna nu inte tror att en del av lösningen till övervikt är ett informations- eller kunskapsproblem, varför handlar en stor del av överviktsdiskursen om hur övervikt bemästras med hjälp av ny kunskap i form av särskilda menyer och motionsråd?

Kosten liksom sättet man äter på sägs ha betydelse för övervikt. Människokroppen avpersonifieras dock i diskussionerna om kost och framställs som en maskin (jfr diskussionen om maskinmetaforer i kap. 1). Det berättas exempelvis att människans »förbränningsmotor« är inställd på vissa livsmedel. Kroppens förbränningsprocedur kan delas in i olika faser. Musklerna liknas vid »kraftverk« och det är där fett bränns och omvandlas till användbar energi. Dietister och näringsfysiologer uttalar sig om hur vi ska äta för att må bra, men även om vi får reda på olika livsmedels glykemiska index är det inte säkert att vi kan omsätta kunskapen i handling. Hur lagar jag en bra måltid utifrån vetenskapen att exempelvis kikärter på burk har glykemiskt index 60, vetebröd 100, råris 81, linser 36, banan 84, korv 39, honung 126, cornflakes 121 och så vidare.

Initialt kan råden för hur vi ska äta låta bra, men hur ska individen egentligen förstå följande uppmaning: »Lyssna till kroppen, inte till sinnet. [...] Ät det som får kroppen att må bra.« Rådet kommer från boken *Seven secrets of slim people*. Aftonbladet kvinna har sammanställt boken till en särskild

metod för att hålla »drömvikten« och samtidigt äta gott. Metoden består av sju punkter där bland annat följande rekommendationer ingår:

Ät det du helst vill ha. Det är inte vad du äter som gör dig fet – det är mängden och hur ofta. Det går att gå upp i vikt av all mat – och ned. De nya gränserna innebär att du kan äta vad du vill. [...] Känn efter hur kroppen mår efter maten. Det du helst vill ha och det kroppen helst vill ha kommer snart att bli detsamma. (AB, 971203)

Avgörande för den näringsmässigt balanserade kroppen är kontroll, att inte ge efter för begär. Den som ger efter för begär mår dåligt, men den som ger efter för hunger kommer att må bra, utlovas det i texterna. Att bekämpa övervikt handlar dock inte nödvändigtvis om att minska konsumtionen. Att gå på diet innebär inte heller ett avståndstagande från konsumtionssamhället. Vi uppmanas inte att äta mindre (snarare tvärtom)¹, men däremot att undvika vissa ting. Budskapen blir onekligen dubbelbottnade: Sockra utan dåligt samvete! Ät mer fett!

Inget godis är kalorigritt men mycket är fettfritt. Du kan äta tio gånger så många skumbanor som chokladbitar – för samma kalorimängd. Vill man äta mycket godis utan att lägga på hullet är sega råttor och skumgodis rena fyndet. Det är helt eller näst intill helt fettfritt – det går till exempel 100 Ahlgrens bilar på tio Aladdinbitar. (AB, 010317)

Vi ska sålunda fortsätta att njuta och frossa, men vi måste lära oss en *kalkylerad hedonism*, det vill säga ta in asketiska drag i den hedonistiska livsstilen.

För att må bra måste vi få njuta lite emellanåt. – Allt är tillåtet, det är bara en fråga om hur ofta och hur mycket. [...] Att unna sig något gott emellanåt skadar inte, så länge man frossar med måtta. (AB, 990715)

Vi och dom

Merparten av de rapporterade nyheterna utspelar sig på den svenska arenan och handlar om svenska medborgare. Det har dock alltid funnits ett intresse även för den andre, »icke-svensken«. Att övervikt har en skiftande kulturell betydelse blir tydligt i rapporteringen om till exempel nigerianska »fetmasalonger« (AB, 010708). Till dessa salonger kan kvinnor gå för att till priset av en halv årslön låta sig gödas och på så vis blir mer attraktiva på äktenskapsmarknaden, något som knappast hade varit tänkbart i dagens Sverige.

1. Liknande resonemang förs av Nestle i *Food Politics* (2002).

När det gäller svenskarnas övervikt finner jag i pressmaterialet ett slags artiklar som bäst kan liknas vid en indikator eller mätsticka. Dessa artiklar presenterar svenska folkets eller undergruppers status när det gäller övervikt. Informationen ges många gånger utan ett sammanhang, utan kommentarer eller förklaringar. Ibland presenteras informationen i fristående »faktarutor« med tillhörande diagram och tabeller eller annan grafik, andra gånger som nyhet i notisformat.

Exempelvis kan vi läsa följande i Aftonbladet (991128) under rubriken *Var tredje är överviktig*:

Man räknar med att 30 procent av Sveriges befolkning har övervikt. Drygt 12 procent av invånarna bär på kraftig övervikt. En halv miljon svenskar har så hög övervikt att den anses som medicinskt skadlig.

I Dagens Nyheter (010129) finner vi följande notis:

Andelen överviktiga ökar: Andelen överviktiga ökade åren 1980–1996 med elva procentenheter bland männen och med sju procentenheter bland kvinnorna. 1996–1997 var 46 procent av männen och 33 procent av kvinnorna i åldrarna 16–84 år överviktiga eller feta.

Informationen är svår att ta till sig i detta råa och otolkade format. Informationen väcker frågor snarare än besvarar dem. Aftonbladets korta artikel har flera angivna källor: »Hälso- och sjukvårdsstatistisk årsbok 1998, International Obesity Task Force, Överviktigas riksförbund, m. fl.« Medan DN:s statistikuppgifter inte har angivna källor. Aftonbladets artikel rymmer en värdering såtillvida att det sägs att övervikt kan vara skadligt, medan DN:s notis varken rymmer en positiv eller negativ värdering. Är utvecklingen bra eller dålig? Det är upp till läsaren själv att bedöma. Informationen får närmast status av utfyllnad mellan spalterna – inte en nyhet av betydelse. Någon information om riskerna kopplade till övervikten ges sällan i dessa artiklar. Det enda vi får är en beskrivning eller spegling av oss själva. En lägesrapport: Så här är vi. Inte desto mindre kan information av detta slag betraktas som en slags alarmering, givet att den överhuvudtaget uppmärksammas i nyhetsflödet och förstås av läsaren.

Den fete »andre«

Övervikt drabbar dock inte bara oss svenskar. Jämförelser med den andre är ett sätt att ringa in vår egen identitet. För att vi ska kunna jämföra oss med »den andre«, den som är det vi inte är eller vill vara, presenteras åtskilliga

exempel på statistiska uppgifter från andra länder och kontinenter. På så vis får vi en bekräftelse på vår egen förträfflighet samtidigt som vi kan konstatera att det finns andra som är sämre, sjukare, värre eller har en högre andel överviktiga. Därmed kan vi ge oss själva en lugnande klapp på axeln och luta oss tillbaka ett tag till. Det finns ingen anledning till oro, men se på danskarna, tyskarna, amerikanerna, för att inte tala om engelsmännen. De är betydligt fetare än vad vi är.

När det gäller den fete andre tycks pressen allra helst rapportera om amerikaners och finländares övervikt. Det finns flera exempel på detta i materialet (se t.ex. AB, 970208; HD, 970831; DN, 990504). Vårt intresse och vår fascination för Amerika och amerikanerna har alltid varit stort. Det finns åtskilliga exempel både i forskningslitteraturen och i skönlitteraturen som ger prov på detta. Övervikt tycks i sig så starkt förknippat med USA att det knappast kan föras på tal utan att omnämna »fetmans förlovade land«. Vår relation till vårt grannland Finland har dock inte alltid varit lika oförblommerat positiv. Exempel från länder som Indien, Japan och Kina utgör sällsynt kuriosa, inte desto mindre rapporteras det exempelvis om Kinas 53 miljoner »små kejsare« som skämts bort till att bli små tjockisar »xiao pangzi« (HD, 990620). Ämnet övervikt tycks sålunda i sig självt ha ett så pass stort nyhetsvärde att traditionella nyhetsvärderingsprinciper, som exempelvis kulturellt och geografiskt avstånd, slås ut.

Se upp – fettvalkarna breder ut sig (AB, 970208) är den första rapporten i tidningsmaterialet från USA där det konstateras att amerikanerna blir »allt fetare«. Mer än var fjärde amerikan påstås vara överviktig. Månaden därpå presenteras i DN en utlandsnyhet med en detaljerad beskrivning av situationen i USA. Rubriken är *Flest feta finns i New Orleans* (970305). Det sägs i denna artikel att vissa städer är »fetare än andra«. Jämförande statistik över andelen överviktiga invånare i trettiofyra amerikanska städer har tagits fram. Ett stort antal exempel från såväl de mest överviktiga som de minst överviktiga städerna följer. Enligt den amerikanska rapporten, som artikeln utgår från, förklaras övervikten med följande faktorer: hög arbetslöshet, låg inkomst per capita, stor nederbörd, många livsmedelsaffärer per capita och ett stort antal svarta invånare. Rapporten lämnas okommenterad av DN:s redaktion. Amerikanernas viktproblem återkommer man dock allt som oftast till i rapporteringen.

Vi finner också den »fete andre« i vårt grannland Finland. Under rubriker som *Finländarna allt rundare* (HD, 970831), *Finländarna ska bantas* (AB,

970929), *Feta finnar frodas* (DN, 990504) skrivs det om finländarna som måste dra åt svångremmen. Journalisterna talar om dem som »fetast i Norden«. Man talar om grannlandets »skrämmande« utveckling, om de »32 miljoner kilo extra fett« som de »släpar« omkring på, och det konstateras med viss förskräckelse att så mycket som »varannan finländare i arbetsför ålder är överviktig och var femte fet« (DN, 990504). Även norrmännen har gått i fällan. I Aftonbladet (011014) rapporteras det om norrmännen som bor längs Sverigränsen, en region som i norska medier kallas för »fläskbältet«. Norrmännen som bor där är nämligen betydligt fetare än övriga norrmän. Ty de äter mer på grund av att matpriserna är avsevärt lägre i Sverige än i Norge. Även den för norrmännen »billiga« alkoholen tros vara en bidragande orsak. Snålhet bedrar sålunda visdom. Att tyskarna lider av övervikt förklaras också av den feta maten och för mycket alkohol. »Det låter som julfirandet pågår året runt«, skämtar DN:s redaktionsmedarbetare (DN, 010103). De »tunga färingarna« på Färöarna beskrivs däremot som »offer« för övervikt. Dem tycker vi alltså synd om. Hela »76 procent av männen och 55 procent av kvinnorna lider av övervikt« (DN, 990119). Övervikten beskrivs alltså olika beroende på vem som bär den. Vissa nationaliteter tillåter vi oss att skämta om andra inte.

Vem vill vinna loppet?

Den återkommande jämförelsen mellan Sverige och andra länder gestaltas ibland som en tävling. En tävling där det nästan blir en bedrift att vinna eller tvärtom – att förlora. Språkbruket känner vi igen från sportjournalistiken.¹

Britterna är fetast i Europa: Britterna har passerat tyskarna och är nu Europas fetaste folk. En av fem kvinnor och en av sex män är mer än 30 kilo överviktiga. [...] Men Storbritannien ligger fortfarande i lä jämfört med USA. Nästan var fjärde amerikan väger för mycket. (AB, 991031)

När det gäller övervikt innehar USA fortfarande en ledande position i världen, men briter och tyskar har börjat knappa in på det amerikanska försprånget. (HD, 000328)

I exemplena ovan blir sportallusionen tydlig. Man kan för sin inre syn se länderna på löparbanan där briterna kämpar för att komma ifatt amerikanerna. Eller som man väljer att framställa det i DN: »England, den överviktige

1. Jfr sport- och tävlingsmetaforiken i Hellströms (2001:32) analys av medierapporteringen om EU-utvidgningen.

killen med astma som står lutad mot väggen när konkurrenterna springer förbi« (DN, 000723). Citatets bildspråk är intressant av flera skäl; dels finns det en referens till en tävlingsliknande situation i textutsnittet, dels tjänar den överviktige pojken som en sammanfattande och negativ beskrivning av (en metonymi för) en hel nations allmänna tillstånd. Även staten Israel får epitetet överviktig i följande allegori: »... en överviktig medelålders man..., en vilsen och dumdryg 50-åring på flyget till ingenstans« (DN, 980109).¹

Målsnöret i tävlingen är emellertid ännu inte sprängt och vem vet hur det ska gå. I alla tävlingar är deltagarna avgörande för utgången. Hur ser då den svenska laguppställningen ut? Vi får en tävlingskommentar även från överviktsexperten Stephan Rössner, gästskribent i Dagens Nyheter:

Trots att fetma nu finns hos tio procent av de svenska männen och tolv procent av kvinnorna i vuxen ålder och har ökat med femtio procent de senaste femton åren ligger vi ännu relativt gynnsamt till i den europeiska fetmaligan. Invandringen kan ändra på detta – invandrare är i allmänhet tyngre än de som fötts i Sverige. (DN, 010728)

Det finns alltså en risk för att en förändrad laguppställning ger Sverige en ny placering i »ligan«. Även viktminskning framställs i termer av tävlan. Det blir särskilt tydligt i Aftonbladets rapportering. Såväl journalister som representanter för allmänheten talar om övervikt och viktminskning som en kamp. I Aftonbladet använder man exempelvis kändisen Ingvar Oldsberg som utmanare i en slags viktminskningsduell (AB, 991030a). Uppmaningen var personligt adresserad till läsaren: *Oldsberg utmanar dig!* Utmanare uppmanades dessutom av redaktionen att skicka in fotografier »före och efter«. Vi kunde därefter följa hur det gick för Oldsberg och hans utmanare i en följetongliknande artikelserie. I slutet av året gick »Ingvar Oldsberg i mål 7,5 kg lättare men kampen går vidare«, menade den från teve populära utmanaren (AB, 991225a). Inför det nya millenniet anordnade Aftonbladet en liknande tävling. Tävlingen hölls i Hälsas viktklubbs regi, vilket innebar att tävlingen utannonserades och bevakades inom Aftonbladets särskilda Hälsobilaga. Den specifika tävlingen kallades »Kropp 2000« (AB, 991023; 991225b).

Inte bara journalisterna, utan även representanter för allmänheten uttalar sig i termer av tävlan: »Med min personliga tränare som coach är jag moti-

1. Citaten är också tydliga exempel på hur övervikt rutinmässigt och oreflekerat kopplas till negativa attribut i rapporteringen.

verad att kämpa mitt eget os», säger en överviktig kvinna för att beskriva sin upplevelse av att gå ned i vikt (AB, 970426).

Det talas alltså dels om tävlan på populationsnivå, dels om tävlan på individuell nivå. I det förra fallet handlar tävlingen om vem som väger mest, och i det senare fallet vem som väger minst eller kan gå ned mest i vikt. På befolkningsnivå talas det om övervikt ur ett hälsoperspektiv, men när det är den individuella övervikten som ska reduceras blir tävling lika med skönhetstävling och övervikt reduceras många gånger till ett kosmetiskt dilemma.

Tävlingsmetaforiken kan tolkas på olika sätt. Att tävla innebär att det råder konkurrens mellan deltagarna, men också att någon ska vinna. Segerns smak är bitter snarare än söt när det gäller övervikt på befolkningsnivå. Här skapar tävlingsmetaforiken emellertid en spänning och dramaturgi i framställningen. Den personliga viktnedgången framhålls i texterna däremot som en sann seger. Med det tävlingsinspirerade språkbruk som används framgår att segerns sötma är ljuv, men också att det är svårt att vinna. Ansträngningen och insatsen för att spränga det tänkta målnöret är mycket stor. Det kan därför upplevas paradoxalt att parallellt härmed läsa texter som framhåller viktminskning som något mycket enkelt och oproblematiskt. Viktminskning tycks nästan ske per automatik – för Ingvar Oldsberg gick det »som på räls«, skriver man och associerar därmed till Oldsbergs populära teveprogram *På spåret*. Det finns även personer som vittnar om viktminskning som något mirakulöst.

Så gör djur

Ett mindre, men intressant, tematiskt område representerat i texterna är djurs övervikt. Det rapporteras om såväl traditionella husdjur som djur i bur, som har problem med vikten. Exempelvis kan vi läsa om tigrar, lejon och leoparder som vid ett zoo i norra Kina satts på vegetarisk diet, för att man ska få bukt med deras övervikt (HD, 990411). Vi kan också läsa om Himmy, världens fetaste katt på drygt 20 kilo. Himmy är så kraftig att han måste forslas fram i skottkärra (HD, 001021). Ett annat djur som omnämns i flera tidningar är en framavlad »rekordfet« råtta. Denne finns i Hyderbad i Indien, och väger cirka ett och ett halvt kilo (DN, 970624). Vi får även inom detta tema ta del av berättelsen om terriern Casper, som fastnade i en kaninhåla under jorden, och som inte kom loss på grund av att han var för tjock. Hunden fick likt Nalle Puh vänta i hålan i flera dygn tills han avmagrat och på så viss kunde ta sig loss (DN, 971015). Under rubriker som: *Feta hundar*

(HD, 970902) *Brittiska katter måste banta* (AB, 010729) och *Katten, vad fet hunden är!* (DN, 970320), kan vi läsa om våra husdjurs försämrade hälsotillstånd.

Vem har tiggat pepparkakor av hela släkten? Vem fick en hel leverpastej inslagen i julpapper på julafton? Vem har också gått upp i vikt i jul? Hunden så klart. Och katten. Den har jamat till sig både vispgräddor och extra matportioner. (DN, 970320)

I samma artikel kan vi läsa att riskerna med övervikt för djuren är desamma som för människan. Hundar och katter som är så feta att deras hälsa äventyras måste »bantas under veterinärkontroll och ordineras ett speciellt bantningsfoder«. Det är lika svårt för djuren att gå ned i vikt som det är för människor, säger den intervjuade veterinären.

Lyckligtvis brukar man ganska snabbt se det psykiska resultatet av en påbörjad viktminskning. Hunden eller katten som använt all sin energi till att tigga mat och däremellan bara sovit, blir som pånyttfödd. Den blir glad och livlig i takt med att den känner att den kan röra sig lättare. (DN, 970320)

I artikeln kan vi också ta del av en kort solskenshistoria. Hunden Labbe, vars enda passion i livet är mat, har framgångsrikt blivit nedbantad från 49 till drygt 35 kilo. Ett liknande exempel är collien Arissa som på grund av en skadad tass inte kunde röra sig under en längre tid och som en konsekvens lade på sig. I ingressen till artikeln *Arissa bantade sex kilo* står att läsa:

På bilden längst till höger går en storbantare. Arissa 7 år, har en perfekt matchvikt på 25,8. Hon bantade bort hela 6,2 kg. Lillasyster Batja gick ner 3 kg av bara farten. (AB, 981202)

Arissa och hennes »syster« skulle slå in på den smala vägen och sattes därför på viktväktardiet. »Precis som med mänskliga viktväktare syftar djurens viktminskning till att lägga om kosten på en fettsnålare bog« (AB, 981202). Det berättas att ägaren till hundarna åker numer en gång i månaden och köper särskilt lightfoder och »väger in hundarna«. Artikeln avslutas med två fotografier som illustrerar Arissa före viktminskningen och efter.

Djuren fungerar i dessa berättelser som en slags ställföreträdande människa. Det är inte bara vi människor som i allt större utsträckning har problem med att hålla vikten, utan det gäller i lika stor utsträckning våra familjemedlemmar – husdjuren.

I artiklarna pekar man på likheterna mellan människa och djur. Det som gäller djuren gäller också oss och vice versa. Djurens övervikt förklaras

därför på samma sätt som människans. Exempelvis förekommer förhistoriska förklaringsmodeller i båda fallen. Det talas om urtidsmänniskans och urtidshundens beteenden som genetiska betingelser och överlevnadsfördelar. »I begynnelsen levde människan som vilket rovdjur som helst« (DN, 990731). Att familjehundar lätt blir överviktiga har att göra med att de från början var »jakthundar«. De kräver därför mycket motion. »Titta bara på hur lejonen äter och lever. De äter ordentligt en dag och smälter maten i tre och så jagar de igen«, menar en djurvårdare i Aftonbladet (AB, 981202). Samme vårdare påstår också att det varken är hundarnas eller ägarnas fel att hundarna blir överviktiga. Även i denna artikel ser vi en rädsla för att skuldbelägga. Ingen tycks kunna ställas till svars för att övervikt uppstår. I andra artiklar däremot anklagas människan för felaktig och överdriven konsumtion. Det inkluderar även maten de köper till sina husdjur. I tidningstexterna överförs sålunda mänskliga värderingar på djuren på ett sätt som gör att det blir svårt att skilja mellan det naturliga och det onaturliga samt mellan djur och kultur. Medieforskaren Ganetz har i en nyligen uppmärksammas undersökning av naturfilm presenterat liknande slutsatser (Lesslie, 2003). Ganetz menar att samtida moraluppfattningar tenderar att prägla teves naturfilmer. Det som ska föreställa naturen är i själva verket en konstruktion. Genom att klippa filmen på ett visst sätt anpassas den så att slutprodukten stämmer med våra rådande normer och värderingar. Vi kan konstatera att detta gäller även för de undersökta tidningstexterna.

Berättandeformen eller själva logiken i rapporteringen om djurs och människors övervikt är nästintill identisk. Fallen ovan om hundarna Labbe och Arissas viktnedgång är exempel på en slags framgångshistorier. Framgångshistorier utgör en egen genre och vi finner flera exempel bland tidningstexterna (främst i Aftonbladet) på berättelser av detta slag. Framgångshistorien som genre kommer att behandlas utförligt längre fram i kapitlet (se nedan, Den fula ankungen blir svan).

»Tjock – och frisk«

Riskinformation diskuterades redan i förra kapitlet i samband med alarmeringen kring övervikt. Eftersom den enskilde individen emellertid sällan tar del av det opinionsbildande materialet finns det anledning att behandla hälsorisktemat även inom ramen för det allmänna nyhetsmaterialet, det

dagstidningsmaterial som troligen läses av och kan ha betydelse för flest individer.

Riskinformationen om övervikt presenteras många gånger i direkt anslutning till medicinska studier och avhandlingar. Under rubriker som exempelvis *Risk för kulmage* (DN, 971206), *Övervikt ökar risken för diabetes* (DN, 990525), *Bilringar runt magen ökar risken för bröstcancer* (AB, 991105), *Större risk för prostatacancer för måttligt överviktiga* (AB, 010303), varnas vi för överviktens konsekvenser. Dessa är många: högt blodtryck, höga kolesterolvärden, högt blodsocker, blodproppar, cancer av flera olika slag, ledbesvär, ryggbesvär, reproduktionsstörningar, sömnbesvär, impotens, hjärt- och kärlsjukdomar, psykiska problem, andfåddhet, trötthet med mera. Att övervikt kan vara farligt torde inte ha undgått någon, men exakt hur farligt det är och för vem är många gånger inte uppenbart.

Journalisten har en viktig pedagogisk roll att tolka och översätta medicinsk kunskap och forskningsresultat till begriplig information. Den pedagogiska insatsen tycks dock inte ges prioritet och artiklarna består mest av referat av vetenskapliga tidskrifter eller forskningsrapporter. Vårt att fundera över är varför det blir så. Är journalisten så pressad i sitt arbete att det inte finns tid att reflektera över den text som produceras och den egna rollen i produktionsprocessen? Har nyhetsproduktionen blivit så rutinmässig att den tänkte läsaren glöms bort i processen? Har tid för eftertanke helt försvunnit? Många gånger hade budskapen kunnat utvecklas, exemplifieras och förtydligas med bara några enstaka rader text, men så har inte skett. I andra fall skulle formuleringar och medicinsk jargong enkelt kunnat anpassas till den allmänhet som är tänkt att ta del av budskapet. I inledningen till en artikel i Dagens Nyheter presenteras exempelvis följande påståenden:

15 kilos övervikt innebär 50 procent ökad risk att dö i *förtid*. Överviktiga löper 50 gånger så stor risk som normalviktiga att få diabetes. (DN, 990525)

Budskapen ter sig på ytan enkla, men vid en närmare titt på dem så är de otydliga och svårtolkade för att inte säga fullständigt obegripliga. De är slutsatser från en studie där 10 000 överviktiga ingår, så informationen torde ha relevans. Vad värre är lämnas läsaren att själv fundera ut budskapets innebörd och relatera det till sin egen situation. Frågor som eventuellt väcks hos läsaren är: Vad innebär 50 procent ökad risk? Vad innebär det att dö i förtid? Är det ett år, fem år eller mer, och när skulle det i så fall bli i mitt fall? Är 50

procent mer än 50 gånger så stor risk och hur farligt är det jämfört med andra risker? Hur ofta får normalviktiga diabetes?

I den citerade artikeln varnas det för övervikt, men läsaren erbjuds samtidigt en väg bort från hotet. Enligt teorin om så kallad »fear-appeal« (Hale & Dillard, 1995; Stephenson & Witte, 2001), många gånger refererad i samband med hälsokampanjer, måste ett skrämmande budskap eller ett hot alltid ackompanjeras av riskreducerande strategier och handlingsråd. Annars har informationen ingen verkan eftersom den rådville individen föredrar att förtränga den. Glädjebeskedet i artikeln som erbjuder läsaren en utväg är:

Det räcker ofta att gå ner fem eller tio kilo för att riskerna ska *minska avsevärt*. – Man *behöver inte uppnå sin idealvikt* för att det ska vara medicinskt verkningsfullt... (DN, 990525)

Det låter nästan för bra för att vara sant. Dessvärre preciseras inte innebörden av avsevärd riskminskning. Informationen kan i själva verket uppfattas som svårhanterlig eftersom det raderna ovanför sägs att: »Redan vid *några kilos övervikt ökar riskerna för* hjärt- och kärlsjukdomar, diabetes och *för tidig död*.« Från en och samme aktör hörs således motstridiga stämmor, vilket försvårar tolkningen av den information som ges. Människor förväntar sig klara och säkra besked. Naturvetenskap gör ofta anspråk på exakthet och precision. Denna slags lite mer svepande påståenden kan frustrera läsaren snarare än att erbjuda en utväg.

Sällan sägs det i klartext att människor kan dö på grund av övervikt. I de fall människor uppges ha blivit riktigt sjuka, eller till och med dött på grund av övervikt, är det de extrema och sensationella fallen, från andra länder än Sverige, som lyfts fram. Ett sådant fall är Christina, 308 kilo, som 13 år gammal dog av sin fetma. Flickan var så överviktig att hon till slut inte kunde lämna hemmet. Hon hittades naken framför teven med ett lakan över sig och mer än hundra liggsår på kroppen. Mamman anklagas för att ha matat sin dotter till döds (AB, 971230). Denna slags berättelse skulle kunna fungera som avskräckande exempel. Den skulle kunna varna för sviterna av överkonsumtion och ett för stillasittande liv, om det inte vore för att de mänskliga dragen hos individerna har raderats ut. Individerna i berättelsen, både mamman och dottern, ter sig snarare som monster än människor. De är groteska och faller därmed utanför ramen för det normala, det vill säga det som berör det stora flertalet av oss. Berättelsen ger prov på en degenererad

mänsklighet och människorna framkallar genom sin abnormitet enbart obehag.

Det finns många exempel på motstridiga budskap om övervikt. Dels finns det motstridiga budskap om huruvida övervikt verkligen är skadligt eller inte, dels presenteras ideligen nya och motsägelsefulla forskningsresultat om överviktens konsekvenser och förklaringsmodeller. Ena dagen representeras övervikt således alarmerande, som en galopperande epidemi – ett världshälsoproblem. Andra dagen framställs övervikt som ett mindre problem, knappt värt att nämna och definitivt inget att oro sig för. En läkare uttalar sig på följande sätt: »... övervikt i sig är sällan ett stort problem, om den inte är väldigt hög« (HD, 000708). Under den motsägelsefulla rubriken *Tjock – och frisk* (AB, 970315) påstår en amerikansk professor att kraftigt överviktiga kan de facto leva gott och länge. Hemligheten bakom detta är: »Fysisk träning, fettsnål kost samt mycket frukt och grönt«, vilket onekligen får en att undra över om en sådan livsstil verkligen är förenlig med övervikt. Det finns rikligt med budskap om riskerna med fetma, men också budskap som basunerar ut att fetma är ofarligt. Övervikt kan till och med gynna hälsan. Exempelvis sägs det att »fetma är bra mot benskörhet« (HD, 990122) och i artikeln *Breda höfter kan ge dig längre liv* konstateras att »fylligare flickor är friskare«:

Kurvorna tycks skydda mot sjukdom. Var glada alla kvinnor med breda höfter. De gör er både friskare och mer långlivade än andra kvinnor. En ny svensk studie visar att kvinnor med breda höfter löper mindre risk att få diabetes, hjärtinfarkt och andra hjärt- och kärlsjukdomar än höftsmala kvinnor. (AB, 010529)

Det finns även artiklar som direkt varnar för viktminskning. »Börja inte banta!« Det leder bara till ätstörningar och dessutom misslyckas den absoluta majoriteten. Viktminskning sägs också kunna leda till för tidig död. Bantning ökar nämligen, otroligt nog, dödlighetsrisken. Den medicinska nyttan av att banta är därför inte så stor som många tror, sägs det i artikeln *Forskare varnar för övertro på bantning* (HD, 980103). I andra texter hävdas det dock att övervikt, oavsett omfattning, alltid är farligt för hälsan, och att viktminskning är enda sättet att slippa överviktens konsekvenser.

Den motstridiga informationen kan uppfattas som hoppingivande och lugnande för dem som bär på extra kilon. Den kan också fungera som en »avalarmering« eller modifiering av tidigare varningar om övervikt. Allt för många dubbla budskap kan också leda till att informationen i slutändan helt

negligeras. De paradoxala budskapen kan skapa oro och osäkerhet hos allmänheten, men också bidra till att allmänheten tappar förtroendet för både medierna som förser dem med informationen och experterna som levererar de dubbla budskapen. Vem kan man egentligen lita på? Vem ska ges tolkningsföreträde? Medicinska experter går gång efter annan i polemik och nya studier motsäger tidigare känd kunskap. Det motsägelsefulla ligger inbyggt i forskningsprocessens natur. Vetenskapen gör hela tiden framsteg och tidigare sanningar och hypoteser omprövas och omformuleras. Mycket kunskap är därför högst tillfällig till sin natur, något som stora delar av allmänheten kanske mindre ofta reflekterar över eller är medvetna om. Samtidigt kan det vara av betydelse för allmänheten att känna till att det finns en åsiktsmångfald inom vetenskapen och det ingår i mediernas granskande roll att spegla den. Problemet är att viss information blir överdrivet sensationell och så kraftigt vinklad att hela bilden inte framgår för läsaren. Att påstå att fetma är bra för hälsan bör därför nog snarare betraktas som ett exempel på journalistisk vinkling än på en läkares ordination.

I väntan på mirakel

Som tidigare framgått är en ganska stor del av tidningstexterna forskningsrelaterade (se kap. 4, tabell 7). Artiklarna behandlar forskning om överviktens orsaker, men också nya behandlingsmetoder och mediciner mot övervikt. Såväl inhemska som internationella studier och forskningsresultat ges stort utrymme, eller åtminstone uppmärksamhet, i rapporteringen om övervikt. I dessa artiklar framställs övervikt som en *gåta* – ett svårlöst mysterium vars utgång är oviss. Att övervikt är en gåta förstärks av de kryptiska och avancerade koder som forskarna använder sig av för att beskriva sitt arbete. Det talas bland annat om IL-6 fetma, cytokin, kortisol, lipas, FOXO2-genen, topiramid, signalsubstanter, leptin, LDL- och HDL-kolesterol, samt AD-36 virus. Man kan nästan tro att vi rör oss i agentvärlden och inte den medicinska världen. Dessa svårbegripliga koder ger texten legitimitet, men gör den också svårläst och distanserad. Man kan misstänka att det tar lång tid för journalisten att avkoda informationen, eller så saknar vederbörande krypteringsnyckel. Komplicerade vetenskapliga resultat och resonemang lämnas därför i majoriteten av fallen helt okommenterade, utan minsta reflektion eller kritisk fråga.

Forskaren – detektiv och frälsare

Forskarna är mästerdetektiver, vilka liksom Sherlock Holmes söker ledtrådar i jakten på den rätta lösningen. Olika spår prövas, olika teorier presenteras, hypoteser testas. Gång på gång tycks lösningen vara inom räckhåll. Glädjen är stor, men förmörkas snabbt av negativa resultat och motgångar. I dessa berättelser finns i vissa fall en tydlig dramaturgi där orsaken till övervikt är det onda och forskaren representerar det goda. Det talas exempelvis om »Störd kortisolutsöndring« som »boven i dramat«. Kanske kan antidepressiv medicin vara en lösning? (HD, 011123). Det är inte fett som är boven påstås det i en annan artikel utan »det överflödiga insulinet som gör dig fet, hungrig och mentalt slö« (!) (AB, 970405). Kriminalhistorien är en berättarform som förekommer även i andra sammanhang än forskningsrelaterade artikeltexter. Exempelvis beskriver en kvinna sina problem som en »hälsothriller«:

Den här historien är kapitel ett i min personliga *hälsothriller* om kampen mot en farlig och listig *hälsomördare*: Det Höga Blodsockret. Antingen lägger du om kosten och börjar motionera, eller så blir du ett »sjukvårdspaket« säger doktorn en torsdagseftermiddag då proverna visar att alldeles för mycket socker dansar för vilt i mina ådror. [...] Insikten kommer till slut. Kampen för hälsa borde vara som en engelsk *deckare*: osentimental, spännande och effektiv. Från och med nu är jag min hälsas egen *kommisarie*. Vad jag behöver är en *assistent*. Varenda kommissarie har en assistent. Självfallet behöver min kropp en personlig tränare. [...] Med motion som *vapen*, partnern i kampen för att *jaga bort mördaren*, Det Höga Blodsockret. (AB, 970426)

Kanske behöver vi inte i detalj förstå forskningen. Kanske räcker det att vår tro till den är stark. I mycket av den vetenskapliga rapporteringen förmedlas en stämning av förtröstansfull väntan; en väntan på ett mirakel – ett under. »Världen väntar spánt på resultatet« (AB, 970305a). Forskaren träder fram som frälsare, en modern Messias, eller åtminstone en räddare i nöden: »Professor Jeffrey Friedman kan bli alla »tjockisars« räddning sedan han gjort sin upptäckt« (AB, 970125). Det talas också om »Korståg mot fetman« (VK, 970117). Det förekommer religiösa övertoner i de forskningsrelaterade texterna och sökandet efter den så kallade fetmagenen – sökandet efter lösningen på fetmans gåta – väcker associationer till sökandet efter den heliga graalen.

Bantningsmedlet är ännu långt borta, men resurserna som sätts in i forskningen är mycket stora. [...] Erfarenheterna av bantning med diet och motion är ganska

dåliga och därför söks det intensivt efter effektiva bantningsmedel av olika slag och flera medel är under klinisk prövning. (DN, 970604)

Generellt andas rapporteringen optimism. Framstegen tycks fler än bakslagen. Forskarna ser gång på gång »ett ljus i slutet av tunneln«. Det talas således om ständiga framgångar, »nya rön«, »genombrott« och »upptäckter«, »revolutionerande« nya medel och så vidare. Vi lever konstant på hoppet: *Medicinhopp för överviktiga* (DN, 970216), *Nytt hopp för tungviktare* (HD, 970311b), *Hormon ger överviktiga nytt hopp* (DN, 970604).

Nu har emellertid forskarna kommit ett steg längre på vägen mot en verklig medicin mot övervikt. De har upptäckt ett antal ämnen som samarbetar med leptinet, bland annat neuropeptid Y som ökar aptiten och minskar ämnesomsättningen, och melanocortin som tvärtom minskar aptiten och ökar ämnesomsättningen. En medicin som ökar halten av melancortin i hjärnan skulle kunna bli ett effektivt hjälpmedel mot övervikt. (DN, 970216)

Professor Rössner försöker dock, redan på ett tidigt stadium, att dämpa förväntningarna på fetmagenen och leptinforskningen. Upptäckten av leptin förde med sig att fetmaforskarna vann respekt. Det blev legitimt att forska om fetma. Rössner skriver att den »grundvetenskapliga bragden tog bort något av flumkaraktären kring fetma»¹ (DN, 970406). Rössner beskriver också forskningsprocessen som en »saga« med ett karakteristiskt förlopp. Ett förlopp som vi ofta ser i samband med upptäckter och tekniska innovationer. Inledningsvis uppstår entusiasm och nästan glädjeberusning. Stor optimism följs av besvikelse, kanske moralisk panik, pessimism eller varningar för övertro. Därefter brukar en mer balanserad inställning infinna sig.

... först en förhoppning att fetmans gåta ska lösas genom upptäckten av denna speciella rubbning, därpå en kunskapsexplosion som visar att verkligheten tyvärr inte är så enkel och slutligen en mer balanserad inställning, där kunskaperna om leptin kommer att ha fört forskningsfronten framåt, men troligen inte ha gett oss något nytt bantningspreparat. (DN, 970406)

Rössner fortsätter i samma artikel:

Fetmabehandlingen står rimligen inför ett *genombrott* när vi under nästa år kommer att få *tillgång till flera kraftfulla, vetenskapligt utprovade läkemedel*. [...] För första gången kan man dock med *uppriktighet* tala om för de svårt överviktiga individerna att det *faktiskt finns hjälp i sikte*. (DN, 970406)

1. Notera att Rössner, trots att han inte är journalist, är upphovsman till allmänt nyhetsmaterial.

Därmed upprätthåller han föreställningen om att ger vi oss bara till tåls kommer forskningen, förr eller senare, att lösa de överviktigas problem.

Forskningen stöter dock även på motgångar och bakslag. »Hopp om fetmamedicin grusas« står det i Dagens Nyheter (990905). Det visade sig att viktminskningsmetoder för möss inte fungerade på människor. »Det är tveksamt att behandla överviktiga med leptin. Det är inte det *undermedel* mot övervikt som man trodde för några år sedan.« I andra artiklar varnas det exempelvis för att efterlängtnade bantarpiller riskerar att vara dödliga. Bantarpillret, som skulle bli »räddningen« för mycket överviktiga människor, kan istället bli människors död, skriver man i Aftonbladet (970827). Samtidigt som det utlovas att *Nytt bantarpiller är på väg* (AB, 970619) kan man på sista raden i samma artikel läsa: »Det dröjer flera år innan dessa bantarmediciner syns på receptblocken hos husläkaren.« Läsaren kastas sålunda hela tiden mellan hopp och förtvivlan. Kanske är lösningen äntligen här. Kanske nås den i morgon eller i övermorgon eller längre fram. Läsaren hålls på halster; spänningen är stor. När medicinerna mot övervikt väl är här kommer de dock att vara så effektiva att viktminskningen går i ett huj. De är väl värda att vänta på, är budskapet som förmedlas, om vi bara håller ut: »Jag tror att vi inom tio år har en medicin mot fetma som är betydligt bättre än dagens...« (HD, 011229).

»Möss och människor«

Mössen har en viktig roll i forskningen och en central plats i rapporteringen om forskningens framsteg. Mössen ska ge svar på forskarnas frågor, sägs det. Vi får mycket detaljerade redogörelser för hur mössen används i olika experiment, hur mössen äter, reagerar, utvecklar fetma, kollapsar eller dör (se t. ex. DN, 990306). Det talas om möss som efter viss behandling utvecklar mera muskler och mindre fett än andra möss. Bilder av möss i träningskläder som bygger muskler väcks för ett ögonblick i vårt inre. Mössen är vika-rierande människor i dessa experiment.

Det är dock inte bara möss som används som »försökskaniner«. Forskare har lämnat in en ansökan för att driva experiment med överviktiga barn, rapporteras det i såväl DN som HD. Överläkaren Marcus står bakom ansökan, och »ser inga moraliska svårigheter med att ge medicinen (mot fetma, min kom.) till så små barn som femåringar«, skriver man i DN (010422). Prövningen hos sjukhusets etiska kommitté tros inte stöta på några hinder

eftersom »den här forskningen är mycket viktig«, säger Marcus (HD, 010422).

Att använda barn i forskningsexperiment kan uppfattas kontroversiellt. Att få vuxna individer att ställa upp som försökskaniner i forskningens tjänst tycks dock inte vara något problem, åtminstone inte då det handlar om övervikt. Åtminstone ett 10–15-tal artiklar rapporterar kring en omfattande tvåårig bantningsstudie (Xendos) finansierad av läkemedelsbolaget Hoffman-La Roche. I dagstidningarna annonserade man efter frivilliga försökspersoner för att testa läkemedlet Xenical och studien fick även stor redaktionell uppmärksamhet. »Den här veckan börjar rekryteringen av 3 400 försökspersoner till en studie av ett läkemedel mot fetma«, stod att läsa i DN (970311).

Forskningsprojektet lanserades som ett lotteri. »Vill du vara med – fyll i en ansökan och posta den« (AB, 970312). Priset bestod i att få delta i studien och »testa nya bantarpillret«, men det var givetvis inte alla förunnat. I artiklarna utmålades en slags exklusivitet och konstruerad efterfrågan. Det talades om: »Enda sättet att komma med är att söka direkt till Göteborg« (HD, 970311a) eller ...»det är *enda sättet att ha en chans* att komma med.« »Läkarna räknar med kanske 20 000 till 30 000 ansökningar, men 3 400 får delta«, dessa »lyckliga« 3 400 väljs ut av projektansvariga i Göteborg, vilka »blev nedringda redan igår« så att »forskarna stängde sina telefoner, de fick ingen arbetsro« (AB, 970312). Några dagar senare rapporteras det att »... responssen blev enorm« (AB, 970323). Att komma med var verkligen att kamma hem högsta vinsten. Även i andra sammanhang än Xendos-studien vittnar »försökspersoner« om lyckan över att få delta i forskningsprojekt om övervikt. »Jag blev så glad när jag kom med i sos-studien [...] – Detta borde vara min chans« (AB, 970305b).

Människors förhoppningar om vad forskningen kan åstadkomma är stora. Att få delta i forskningsprojekt om bantning är så åtråvärt och efterfrågat hos allmänheten att det gett upphov till en kommersiell bluffindustri. Medborgare erbjuds att delta i projekt mot en mindre summa pengar, men forskningsinstituten existerar i själva verket bara på pappret. Exempelvis varnar man i DN för ett projekterbjudande från Institute of Weight Control and Research i Malmö där: »34 av 35 patienter i en tidigare fas av forskningsprojektet gått ned *mellan 10 och 18 kilo på 28 dagar*« (DN, 990412). Vem vill inte delta i ett så framgångsrikt projekt? Det tycks inte finnas några gränser

för vad forskningen kan åstadkomma och myten om att viktnedgång går snabbt och enkelt hålls vid liv.

»Celluliterna anfaller«

Den absolut vanligaste metaforen i representationen av övervikt är stridsmetaforen. Den förekommer såväl i debattmaterialet som i det allmänna nyhetsmaterialet. Stridsmetaforer förekommer i artiklar som fokuserar på den enskilde individens situation, men också i exempelvis forskningsrelaterade artiklar (jfr Sontag, 1988). Forskningen har lyckats ta fram ett »fetmavapen« som fungerar på möss, sägs det i DN. Mössen förlorar en tredjedel av sin kroppsvikt utan att de visar tecken på förgiftningssymptom: »medlet – som kallas C75 – ... kan bli ett biokemiskt vapen i kampen mot fetma« (DN, 000704). Männkligheten tycks sålunda ha förklarat krig mot övervikt. Men det finns även andra vapen än biokemiska vapen i detta krig: »... denna boken kan vara segervapnet i kampen mot vågen efter ett förhastat nyårslöfte ...«, skriver en journalist i Helsingborgs Dagblad apropå den nyutkomna boken *Kroppen har rätt* författad av Rössner (HD, 981213).

För många handlar kampen mot överviktskilon om blod, fett och tårar. Med den här boken som stöd behöver inte kampen bli så blodig och både tårarna och kilona färre. Den långvariga framgången vinnas av den som lyckas göra den vettigare livshållningen till en naturlig del i vardagen.

Den ene celebriteten efter den andre rapporteras ha gett sig in i striden: »Nick Borgen är på krigsstigen mot sin egen fetma« (AB, 970220) och »Lewinsky har förklarat krig mot sina överflödiga kilon« (AB, 990902). Men även vanliga medborgare har deltagit i sammandrabbningen: »Hon sätter på bästa jägarvis foten på ena mjölktraven (44 mjölkpaket). Det är inget dåligt byte denna »kalorijägare« nedlagt« (AB, 010331d).

Bantningsindustrin blir rikare medan »Våra stackars kroppar har blivit ett slagfält«, skriver man i Helsingborgs Dagblad (HD, 970609). Vi utsätts för reklambombardemang av skönhetsstips och bantningskurer och vi våndas för att »celluliterna anfaller« (DN, 990703). Fettet är fienden och angriparen. Individen tycks vara det passiva offret i den kamp mellan mode och anatomi som skönhetsindustrin lever på.

Det talas dock allt mindre om »attentat« mot folkhälsan och mer om övervikt som »skönhetsfläckar« på vårt yttre. Tonen i det allmänna nyhetsmaterialet är inte lika alarmerande som i de opinionsbildande texterna. Striden

tycks i det allmänna nyhetsmaterialet handla mer om ett visst yttre än om folkets hälsa.

Utöver krigsmetaforiken finner vi även enstaka fall av spelmetaforer. I DN skriver man om övervikt som »ett spel« och det talas om att »Många spelare samlas i spelet kring fetman« (DN, 010710). Xenical är en spelmark mellan stat och landsting. Medspelare är Roche, läkemedelsbolaget bakom Xenical. I spelet ingår även ideologer. Det kan vara journalister, politiker eller andra opinionsbildare. Krig ställer liksom spel höga krav på såväl strategi som taktik. Krig kan i viss mån likställas med ett spel där deltagarna gör olika utspel och lägger olika insatser beroende på vad de tror sig kunna vinna. I såväl krig som spel krävs dock list för att överrumpla och dupera fiender och medspelare. Hjälp i denna »combat« får allmänheten främst i Aftonbladets rapportering. Där ges frikostigt med tips och strategier för att hålla vikten eller gå ned i vikt. En del av dessa synes dock mindre seriösa: *Banta med hjärnan – 5 nycklar till framgång* (AB, 971112). Det gäller att inte ge upp sägs det, och »att äta med hjärnan«. Inte låta känslorna styra!

Det som skiljer detta krig från många andra är att sällan har så många kvinnor deltagit i ett krig som i kriget mot övervikten. Det finns därför all anledning att reflektera över hur övervikt representeras ur ett genusperspektiv i texterna; något jag återkommer till längre fram.

Teknikens under

Det är inte bara den medicinska utvecklingen genom forskningen som lyfts fram som en möjlig väg att gå för att komma till rätta med befolkningens övervikt. Den tekniska utvecklingen och ingenjörskonsten är också verksamheter som försöker att lösa problemet. Åtskilliga uppfinningar och tekniska lösningar presenteras i dagstidningarna, framför allt i Aftonbladet, under årens lopp. Den ene är mer spektakulär än den andre. Det talas till exempel om tuggummin mot övervikt. Tuggummiförsäljningen har minskat de senaste åren sägs det, och som ett led i detta har nya produkter lanserats, som inte bara är goda utan också gör nytta. Tuggummit »Croma Trim ska förbättra ämnesomsättningen i kroppen och reducera fetter«, skriver Olsson i Aftonbladet (980718). En annan innovation är den så kallade »bantarprillan« (AB, 980228) som kan komma att lanseras som en ny metod för att bli smal. Man »snusar sig smal« sägs det. Prillan innehåller ett natur-

ligt hormon (GLP-1) som ger långvarig mättnadskänsla. Kanske kan det till och med bli ett läkemedel mot övervikt?

En amerikansk uppfinning, som påminner om nikotinplåster för rökavvänjning, är ett dietylplåster, »Dietscent«, även kallat chokladplåster. Plåstret bärs på armen och bygger på »julumiddagssyndromet « eller:

... kocken som lagat mat hela dagen och inte har matlust när det väl är dukat. ... efter att ha gått omkring med doften av choklad i näsborrarna en hel dag, är något sött det minsta man vill äta. (AB, 990313b)

Genom chokladdoftens som utsöndras från plåstret ska individen mätta eller lura sin längtan, »hålla begäret inom rimliga gränser« och försöka stävja sin lust. Plåstret har fått överviktiga att äta mindre och därmed gå ned i vikt påstås det. Ett liknande plåster rapporterar DN om ett drygt år senare (000725), fast då är det inte ett chokladplåster utan ett vaniljplåster som ska minska suget. I detta fall bärs plåstret på handen och när begäret blir för stort luktar den överviktige på den konstgjorda vaniljdoften och begäret efter sötsaker försvinner.

»The TV Cycle« är en innovation som istället för att fokusera på individens kostvanor och böjelser för sötsaker sätter fysisk aktivitet i centrum. »Cykla – annars stängs tv:n av« är rubriken (AB, 990420). »The TV Cycle« är en motionscykel kopplad till teven. Cykeln är tänkt att hjälpa framförallt överviktiga barn att bli av med sina extra kilon och minska antalet tevetittartimmar. Så fort personen slutar trampa stängs nämligen teven av. Det talas också om andra tekniska hjälpmedel som till exempel olika datorprogram för att hjälpa personer att äta en balanserad kost. En annan teknisk lösning särskilt framtagen för kvinnliga konsumenter är »tjejmobilens« som är:

... liten, vinröd och kan hängas runt halsen, »formgiven som ett halsband«. [...] Förpackad i en liten »Smyckesask«. När mobilen slås på blommar en ros upp på bildskärmen. – Den ska ge känslan av att den är personlig i sin design. Därför ligger den i en ask som ser ut som en elegant puderdosa, säger Kirsi Harju, marknadschef på Samsung. [...] Telefonen kan självklart användas av bägge könen, men den har vissa extra tjejiga funktioner, säger Harju (AB, 011201).

De »extra tjejiga funktionerna« består i att mobilen räknar ut chansen att bli gravid i procent utifrån användarens menstruationscykel, analyserar dagens biorytm: »det vill säga om du är på topp eller inte vad gäller din fysiska och känslomässiga förmåga samt intelligens.« Detta är tydligen inget som personen själv kan ha en uppfattning om eller ens uppskatta. Därtill kommer att

mobilen räknar ut personens eventuella övervikt och upplyser om kaloriintag och förbrukning. »Precis vad en tjej behöver. Eller?«, skriver Aftonbladets reporter, utan att egentligen kommentera den kvinnoanalys som skrivits in i tekniken.

De tekniska hjälpmedel och uppfinningar som presenteras är av två slag. Antingen ska de göra jobbet åt oss, som till exempel tuggummit, där det bara är att tugga så går man ned i vikt, eller så ska de på olika sätt begränsa människan, sätta stopp för otyglade lustar och lättja, som till exempel vaniljplåstret och tevecykeln. Det ska helst inte vara besvärligt att gå ned i vikt. På samma lustfyllda och njutningsinriktade sätt som många övervikt antas uppstå ska den reduceras och försvinna.

Den enes bröd är den andres död

Oavsett om övervikt betraktas som ett hälsoproblem eller ett skönhetslyte finns det en mängd aktörer som har ekonomiska intressen i övervikt. Både när det gäller medicinsk forskning och läkemedelsindustrin, men också livsmedels- och skönhetsindustrin. Med tanke på de starka kommersiella intressen som finns är det förvånande att inte en större andel av artiklarna behandlar eller granskar de olika kommersiella aktörerna. Det totala antalet artiklar som fokuserar på eller tydligt kritiserar kommersiella aktörer, eller lyfter fram tveksamma viktminskningspreparat och så kallade »bantningsbluffar« uppgår till ett drygt tiotal. Det är förvånande få artiklar med tanke på hur stort intresset är för hälsa och kroppsprojekt hos allmänheten, och hur många aktörer det finns i branschen.

Det sägs att läkemedelsbolagen »kappkör« för att få fram ett bra läkemedel som leder till bestående viktminskning. »Läkemedelsjättarna tävlar nu om att få fram den effektivaste medicinen mot fetma« (DN, 970619). Att läkemedelsindustrin inte arbetar av välgörenhet eller drivs av ideella motiv är ingen nyhet. Läkemedelsindustrin tjänar pengar på människors ohälsa, det kan man krasst påstå. Gränsen mellan industrins intressen och forskningens intressen kan dock ibland vara diffus. Forskningen måste finansieras och forskningens finansiärer finner vi allt oftare inom industrin. Att lansera ett nytt läkemedel tycks emellertid inte märkvärdigare än att lansera en ny biografiffilm.

Medicin mot fetma är *en säker kassasuccé*. Därför satsar det schweiziska läkemedelsföretaget Hoffman-La Roche 200 miljoner kronor på en svensk studie av det nya ännu inte registrerade läkemedlet Xenical. (HD, 970311b)

Men det är inte bara läkemedelsindustrin som har ekonomiska intressen i övervikt.

För medicinska fakulteten är studien *rena klippet*. Det är det största enskilda anslag som fakulteten fått utifrån. – Det kan jämföras med vårt statliga anslag på 150 miljoner kronor och våra sammanlagda externa bidrag på 300 miljoner kronor om året, säger medicinska fakultetens dekanus Göran Bondjers. Affärschefen på Hoffman-La Roche, Ronnie Miller, medger förbehållslöst att det finns pengar att tjäna på bantningsmedicin. (HD, 970311b)

Ingen vill dock vara köpt och forskarna i projektet tycks försöka hitta argument för att den stora ekonomiska satsningen från det utländska företaget faktiskt gagnar det svenska samhället i stort.

Genom studien (obesitasprojektet Xendos, min kom.) skapas det rätt många arbetstillfällen i Sverige idag och det är en aspekt som inte lyfts fram så mycket säger Jarl Torgerson som är invärtesmedicinare vid Sahlgrenska sjukhuset och den som tillsammans med professor Lars Sjöström håller i studien. Det handlar allt som allt om 150 personer som anställs för kortare eller längre tid vid 22 svenska sjukhus. (HD, 970806)

Det är inte ovanligt att det kan uppstå problem och intressekonflikter då kommersiella verksamheter bebländar sig med statliga, vare sig det handlar om forskning, klinisk behandling eller andra. Det kan vara en svår balansgång att tillfredsställa både finansiärers krav och förväntningar samtidigt som en autonomi och sund kritisk hållning ska upprätthållas.

Livsmedelsbranschens roll i överviktsproblematiken diskuteras mycket kortfattat och ytligt i ett par artiklar. Den ställs dock på inget sätt till svars. Diskussionen gäller framförallt utbudet av lättprodukter. Trots att vi äter mer lätta alternativ tycks vi inte gå ned i vikt. Konsumenter luras alltså till att äta mer och samtidigt tro att »light-produkterna« leder till automatisk viktnedgång. Den enskilde konsumenten måste lära sig att läsa innehållsförteckningar och näringsdeklarationer är budskapet för: »Det är nämligen inte givet att allt som kallas lätt verkligen är ett magert alternativ« (AB, 990320). Fettfria produkter är inte nödvändigtvis lika med kalorifria produkter. Huruvida nyckelhålsmärkta produkter verkligen är nyttiga kan alltså ifrågasättas. Det finns både de som ser fettreducerade produkter som

bra och lätta alternativ, medan andra är tveksamma inför om de verkligen ger en minskad fettkonsumtion och är så nyttiga som utlovas (AB, 000916).

Under 2001 hade Aftonbladet »Kvinna« en mindre artikelserie om bantningsindustrin kallad »Feta affärer«. I en av artiklarna kritiseras samhället för att inte erbjuda överviktiga stöd för viktminskning utan istället hänvisa dem till den privata marknaden. På denna marknad finns en mängd mer eller mindre seriösa alternativ i form av behandlingsmetoder och produkter. Det talas om bantningspiller, måltidsersättningspulver, lågkaloridieter, fettförbränningskuror, beteendeterapier, kirurgi etc. De marknadsförs och säljs ofta som hälsokost eller skönhetsmedel. Samtliga erbjudanden är var och en för sig speciell, unik eller enastående och därmed oemotståndlig.

Viktväktarna är en kommersiell aktör som har stort intresse i de överviktiga eftersom de utgör deras kundunderlag. Och kunderna kan aldrig bli för många.

Till viktväktarna är du välkommen – även om du är smal. Och för att allt fler ska lyckas har företaget sänkt kraven på bantarna och ger dem mer uppmuntran på vägen. – Vi vill att vår verksamhet ska öka, säger vd Helen Lindgren. (AB, 010125)

Nu kan alltså även smala sättas i viktminskningsskola. Årligen tjänar Viktväktarna 20 miljoner kronor på svenskars övervikt, och varje år skrivs cirka 150 000 nya medlemmar in i den framgångsrika verksamheten. Men medlemmarnas viktminskning är inte lika framgångsrik. »Bara för att man går en kurs så får man inget vaccin mot övervikt«, säger vd:n. Det har visat sig att mer än hälften av kunderna får »återfall« (AB, 011105). När journalisten ställer frågan om det inte känns fel att tjäna så mycket pengar på de »överviktigas kamp«, svarar Lindgren: »Nej, det är inte konstigare än att läkemedelsföretag tjänar pengar på sjuka. Vi vill ju göra människor lyckliga.« Att viktreduktion är viktigt för hälsans skull är inte det främsta argumentet som förs fram. Det är inte självklart att människor som är friska är lyckliga. Inte heller är det säkert att smala människor är friska eller att smala är lyckliga, men retoriken följer det mönstret.

Viktväktarna utsätts förvisso för granskning av Aftonbladet i ett par artiklar under 2001, men inte desto mindre är det troligen den kommersiella aktör som får mest omnämnan och gratis publicitet i Aftonbladets material om övervikt. Aftonbladet tillhandahåller årligen i olika omgångar, vanligen under våren, i semestertider och efter jul och nyårshelgen, viktväktarmenyer. Menyerna presenteras som en följetong, vecka för vecka. Därtill

visas också flera exempel på nöjda viktväktarkunder, som lovordar Viktväktarnas verksamhet och koncept.

Xenical – solen som gick i moln

Xenical, medicinen mot övervikt, har fått stor redaktionell uppmärksamhet under undersökningsperioden och förtjänar därför en genomlysning. Medicinen omtalas i åtminstone ett 30-tal artiklar under åren 1997, 1999 och 2001. Preparatet lanserades under 1997–1998; släpptes fritt för försäljning på apoteken i Sverige den 8 februari 1999, och drogs så småningom in den 9 april 2001. Det skedde efter en debatt om huruvida medicinen skulle skattesubventioneras eller inte.

Fortfarande är förvirringen lika stor kring de så kallade komfortmedicinerna... För att ett läkemedel ska skattesubventioneras krävs förutom överenskommelsen om priset att det kan påvisa, lindra eller bota sjukdom. Det räcker inte med att de förebygger. [...] Uppfattningarna är fortfarande olika om vart Viagra hör och vart Xenical kommer att höra: Förebygger medlet sjukdom på grund av fetma eller är fetman en sjukdom i sig? (DN, 990128)

En försvårande faktor var troligen att de svenska männen ansågs ha fått en »gräddfil« in i den svenska sjukvården i och med skattesubventioneringen av potensmedlet Viagra. Övervikt framställdes av såväl den medicinska expertisen som journalistkåren som till stora delar ett kvinnligt problem. Det antyds därför i ett antal artiklar att det vore könsdiskriminerande om inte också Xenical kom att omfattas av skattesubventionen. Representanter för ÖR ansåg generellt att överviktiga diskrimineras som grupp och menade att: »Impotens är ju faktiskt inte dödligt medan fetma är klassat som en sjukdom« (AB, 990208). Även överviktiga medborgare träder fram. De känner sig kränkta och besvikna. Argument som framfördes av dessa var bland annat att övervikt är en genetiskt betingad sjukdom, något som individen därmed inte själv råar på eller har del i.

Den skattesubventionerade medicinen betraktades lika mycket som en rättighet som ett fungerande sexualliv, vilket var Viagraförsvararnas argument i diskussionen om livsstilsläkemedlen. Debatten ebbade dock ut i och med att regeringen, företrädd av socialministern Engqvist, sa: »Vi kan inte lösa det svenska överviktsproblemet med hjälp av piller« (DN, 010404). Därefter drogs skattesubventionen in för både Xenical och Viagra. Regeringen lämnade dock en liten öppning i och med att möjligheten att söka dispens kvarstod, för att på så vis få hjälp med medicinkostnaderna. Vilka

»exceptionella fall« som skulle omfattas av dispensen preciserades dock aldrig, varvid en ny diskussion uppstod där framförallt olika medicinska experter kritiserade regeringens agerande i frågan.

FETTANTABUS · Xenical fick inledningsvis en hel del »gratis reklam« i dagspressens rapportering. Det skapades rubriker, stort intresse och efterfrågan i tidningarna. Man förberedde de potentiella konsumenterna inför försäljningsstarten och skapade lite av en köphysteri kring produkten. Äntligen hade man hittat det där mirakelmedlet som forskningen så länge talat om: »I vår kommer det till Sverige... det efterfrågade bantningspillret« (AB, 990122). I Helsingborgs Dagblad skrev man:

Xenical, ett bantningspillrens antabus, lanseras på apoteken från 8 februari trots att prisförhandlingarna med Riksförsäkringsverket (RFV) ännu pågår. Medlet, som kommer att kosta 698 kronor för en månadsdos om cirka 900 tabletter är avsett för dem med verkliga viktproblem. (HD, 990202)

Att tala om medicinen som ett antabus konnoterar att övervikt handlar om någon form av beroende, vilket somliga också vidhåller. Precis som alkoholisten får antabus för att avhålla sig från alkohol får den överviktige antabus för att avhålla sig från fet mat.

Det här handlar om missbrukarvård, precis som med alkoholister och narkomaner, och vi vet att patienterna återfaller om de får chansen, förklarade Stephan Rössner, vid en sammankomst anordnad av Umeå läkarsällskap. (VK, 970117)

Några av de redaktionella texterna om Xenical liknade traditionell produktinformation som klippt från FASS¹. Det talades om patientgrupper, användning och behandlingstid, dosering, pris per ask, per tablett och pris per årsförbrukning samt biverkningar.

Xenical, »fettutdragaren«, är ett piller som verkar i tarmen. Det hämmar det enzym som normalt bryter ner fett. Runt 30 procent av fettmolekylerna hindras från att tas upp i kroppen. De fortsätter obehandlade ut ur kroppen med avföringen, ofta i form av diarré. Ju mer fett, desto värre blir det. (AB, 990105a)

Det spektakulära med läkemedlet var hur det verkade. Det påstods bland annat att Xenical likt en dammsugare »fettsuger tarmen«. En annan tidig uppfattning om medicinen var följande:

1. FASS är en förkortning för farmaceutiska specialiteter i Sverige, en katalog över alla registrerade läkemedel använda i sjukvården.

Om patienterna äter fett så börjar han eller hon att läcka fett och kan till exempel inte sätta sig ned utan att lämna stora fettfläckar. (VK, 970117)

Flera artiklar beskriver medicinens verkan ingående. Det talas exempelvis om »diarréstraff« när man »fettsyndat«, om »fettrika diarréer« så obehagliga att man avstår från att äta fett. Därmed skulle individen snabbt lära sig att »kontrollera« vad hon äter (se t.ex. AB, 970104; HD, 990202).

Xenical var löftet om »smal lycka«. Det intryck som tidningstexterna ger är att individen egentligen inte behöver göra så mycket, utan det är läkemedlet som jobbar och formligen drar ut fett ur kroppen. Rössner understryker dock att »Xenical är inte avsett för den som bara vill komma i bikinin till sommaren« (HD, 990202). Han gestaltar därmed, liksom många andra, övervikt som ett kvinnligt problem, trots att den officiella statistiken inte stödjer detta (se kap. 4, tabell 3).

En nyhet när det gällde medicinen var att förskrivningen skulle begränsas. Medicinen skulle »endast få skrivas ut till personer som lider av fetma, vilket innebär en så kallad »body mass index« eller BMI på minst 30, alltså omkring 30 kilos övervikt« (DN, 990115). Det ställdes också krav på att individen skulle först själv gå ned 2,5 kilo i vikt innan receptet skrevs ut. Den överviktige skulle sålunda »kvala in« för behandlingen och ge prov på ambition och vilja att gå ned i vikt. Men alla ansåg inte att kraven behövde vara så strikta. Professor Lars Sjöström vid Sahlgrenska universitetssjukhuset var en av dem:

När det finns tillgängligt kan jag tänka mig att skriva ut det även till patienter som inte har extrem övervikt – men som löper allvarlig risk för sjukdom. Då kan man gå ner i kravet på vikt. – Jag har patienter som är friska när de väger 80 kilo och blir sjuka när de väger 90, de går upp och ner men klarar inte att hålla 80... För dem skulle tio kilos viktskillnad ge en helt annan livskvalitet. (AB, 970312)

Det fanns alltså olika uppfattningar om hur pass överviktig man måste vara för att kunna få medicinen. Efterfrågan på läkemedlet blev dock så stor att det snart uppstod en »svart marknad« där privatpersoner illegalt kunde köpa Xenical. På så vis kom man förbi både läkarkontroller och specifika överviktskrav på individen. Det rapporteras till och med att man i Skåne anordnade särskilda resor till Danmark, där Xenical enkelt fanns tillgängligt redan innan det släpptes i Sverige. Läkemedelsverket gick därför ut och varnade för den oseriösa handeln (DN, 991003).

MEDLETS EFFEKT · Initialt skrevs det litet om medicinens begränsade effekt. Istället kunde vi läsa i tidningarna om olika människor som intygade medlets förträfflighet, inte minst inom ramen för olika forskningsprojekt. I Aftonbladet får vi följa Birgittas kamp med det nya bantningsmedlet (AB, 990209). Birgitta, 68 år, har liksom många andra väntat på sin chans: »Äntligen – nu ska jag lyckas« lyder rubriken. Spänningen är stor inför att påbörja medicineringen. Birgitta sitter och fingrar på medicinkartan med de blå tablettorna:

Hon vet inte riktigt vad som ska hända när hon tar det första pillret. Undrar om det blir en hel natt på toaletten, för hon har ju både läst och hört av doktorn att det kan bli resultatet. – Jag har lite djupfryst fisk till middagen. Jag hoppas att det inte är för mycket fett i den, säger hon och ler litet nervöst. (AB, 990209)

En dryg månad senare får vi en ny rapport hur det går för Birgitta. Det visar sig att hon har gått ned »ynka« två kilon på en månad, från 102,5 kilo till 100,5 kilo. Birgitta tycker att det går alldeles för långsamt. *Bantarpillren är för långsamma* är rubriken (AB, 990313a). Medicinen tycks arbetsvägra. I följetongens tredje avsnitt, drygt två månader senare konstateras det att *Bantarpillret fungerade inte* (AB, 990527a). Birgitta gick »bara« ned fyra kilo med Xenical. Nu ger hon upp. Besvikelsen är stor.

Vågen står på 98 kilo. Trots regelbunden vattengympa, besök hos dietist och ett seriöst försök att låta bli chokladen vägrar den gå längre. – Jag är nog ingen lyckad bantare, säger Birgitta. [...] – Jag hade väntat mig mycket mer. Det gick för långsamt och så kostar det ju 700 kronor i månaden. Det har jag inte råd med längre. (AB, 990527a)

Därmed lämnas Birgitta åt sitt öde. Läkemedlet var tydligen inte en »fettutdragare«, än mindre ett mirakelmedel. Likväl fortsätter det att säljas på skattebetalarnas bekostnad. Rössner gjorde dock redan innan försäljningsstarten en reservation. Man kan inte gå ned hur mycket som helst i vikt. Xenical är att betrakta som ett *gott hjälpmedel* vid viktminskning, *inget annat*, menade han. En förväntad viktminskning på cirka 10 procent av kroppsvikten är möjligen realistiskt. Rössner förespråkar de traditionella metoderna: »... radikalt ändrad kost och rikligt med motion är vad som verkligen avgör om en kraftigt överviktig person ska lyckas« (HD, 990202). En av de ansvariga på läkemedelsbolaget Roche vidhåller dock att medicinens effekter är stora: »För rätt patienter hjälper det väldigt bra. Följer man kraven och anvisningarna, visar det sig att man går ned i snitt 16 procent« (DN, 990914). Samtidigt

larmar cheferna i landstingens hälso- och sjukvårdsnämnder och menar att effekten är marginell. Miljonerna bör användas till mer angelägna behandlingar i sjukvården. Bara under år 2000 uppgick kostnaderna för Xenical och Viagra till cirka 400 miljoner kronor (DN, 010706).

Det är dock inte bara Xenical som får utrymme i tidningarna. Det rapporteras även om andra läkemedel mot övervikt som är under utveckling och snart ska lanseras. Sådana exempel är Redux eller »aptitdämparen« Reductil, som »intalar hjärnan att du är mätt« efter »bara någon tugga«. Biverkningarna hos det senare är flera, bland annat förstoppning och kanske inte så förvånande – dålig aptit (AB, 990105a). Sökandet efter det perfekta medlet går vidare. Övervikt och fetma är för många en guldgruva. I en artikel, under en av undersökningens sista dagar, i december 2001, skriver man: »Ett nytt revolutionerande läkemedel mot fetma testas nu. Medicinen är mycket effektivare än Xenical« (HD, 011229).

»Undermedel utvunnet ur skaldjur«

I tidningarna förmedlas en idé om att forskningen söker och kommer att finna mirakelkurer och undermediciner. Därtill kommer en uttalad förhoppning och föreställning hos medicinsk expertis att övervikt bäst behandlas med just tablett.

Är det realistiskt att tänka sig fetmaoperationer för alla som skulle behöva? – Nej, säger Kristjan Karason, vi får hoppas på bra mediciner. (HD, 990515)

... fetma och övervikt är snart ett minne blott. [...] Om tio år kan pillret finnas som gör att du kan äta vad du vill, hur mycket du vill – och ändå gå ner i vikt. (AB, 000729)

Huruvida det verkligen är läkarnas önskan att lösa problematiken med tablett eller journalisternas vinkling av deras utsagor bör kanske vara osagt. Att folk låter sig förledas av oseriösa aktörer inom bantningsindustrin är dock inte förvånande. Forskarnas och journalisternas löften är många gånger lika stora som handelns. När ett nytt medel presenteras vill konsumenten naturligt nog testa det. Ju mer otroligt något låter desto större tycks frestelsen vara att pröva mirakelmedlet. Vinsten är ju så mycket större om insatsen är minimal. Att gå ned i vikt utan att anstränga sig är en dröm som hålls vid liv i artiklarna.

Hon förlorade inte ett hekto, men väl 550 kronor. Dr Martins droppar skulle göra Birgit Nilsson slank till bikinisäsongen. Lyckades det inte så fick hon pengarna

tillbaka enligt reklamen. [...] Dr Martins droppar skulle vara en garanterad bantningssuccé. Hon slapp följa diet, slapp börja träna. Allt hon behövde göra var att svälja de godisliknande tablettorna med ananassmak. – Det lät för bra för att vara sant. Men eftersom jag inte riskerade att förlora några pengar så ringde jag och beställde en kur. (HD, 970627)

Det ingår i journalistikens logik att ge människor en upplevelse av livskvalitet, till exempel genom att förmedla förhoppningar om bättring för en del människor eller genom att peka på att det finns andra som har det sämre. Det visar i sin tur för läsaren dennes egen relativa lycka, friskhet, rikedom eller normalitet. Men varför går vi på dessa bantningslurendrejerier gång på gång? Kanske för att vi så gärna vill tro på mirakel, eller för att vi måste pröva alla tänkbara vägar, hur tokiga de än kan te sig, för att lösa överviktens »gåta»? Eller för att det hela tiden framhålls i tidningarna som så enkelt att gå ned i vikt? Det är åtminstone en föreställning som hela tiden upprepas i Aftonbladets rapportering, av såväl journalisterna som olika representanter för allmänheten. Exempelvis skriver Aftonbladets reporter om: »Tips som gör smalkursen till en lätt match« (AB, 980117). Långvariga kurer uppges sällan vara mer än maximalt två månader. Mer tid än så ska det inte behöva ta att bli av med övervikt. Man kan också välja att »blyxtbanta«. Schlagerartisten Nick Borgen uppges exempelvis ha gått ned 9 kilo på en vecka (AB, 970220).

Inför millennieskiftet utannonserade Aftonbladet Hälsa: *Ny kropp år 2000. Vi hjälper dig fixa ny figur till årsskiftet* (AB, 991023). Erbjudandet kunde lika gärna varit – Vi hjälper dig att köpa en ny klänning till nyårsfesten. Kroppen ska snabbt och enkelt uppgraderas till en ny modell, ungefär på samma sätt som somliga regelbundet byter bilmodell. »Skaffa dig en ny kropp inför nya årtusendet ... bli smalare, friskare och fräschare« (AB, 991030b). Kroppen reduceras här till ett objekt och varufieras. Kroppen blir en vara i ett konsumtionskretslopp. Den kan bytas, säljas, köpas, konsumeras. I tävlingen *Kropp 2000*, uppmanades läsaren indirekt att »sälja sig». Läsaren som ville delta i tävlingen skulle fotografera sig och skicka in bilder till tidningen. Fina priser utlovades i utbyte. Aftonbladet fick »gratis« material till sin egen produkt – tidningen. Läsarnas kroppar omvandlades till en ny vara, som bjöds ut på tidningsmarknaden i Aftonbladets lösnummerförsäljning, och som de sedan på nytt kunde betala för och konsumera.

Ytterligare citat som visar på hur enkelt, nästan mirakulöst enkelt, det är att gå ned i vikt är Carolines uttalande: »Förstår ej hur andra kan vara över-

viktiga! ... (Det är) så enkelt att äta sunt« och att välja den »smala vägen« (AB, 980124). Caroline har precis själv gått ned 25 kg. »– Ät potatis så blir du smal«, säger Weronica Nilsson, som gick ner 15 kilo (AB, 970823). I en rubrik sägs det *Drack vatten – 21 kilon försvann* (AB, 971012). Att detta slags budskap får en mirakulös framtoning förklaras av att viktminskningen oftast är ansenlig, men insatsen framstår som ringa. Att gå ned i vikt ska inte behöva vara mycket svårare än att ta några piller och så trollas den oönskade vikten bort, och även om det inte är tabletter som är den förespråkade metoden så är det ändå ingen konst.

Dagstidningarna har i detta sammanhang en viktig roll när det gäller att upplysa sina läsare om olika kommersiella bluffar och granska preparat på marknaden. DN konsument rapporterar vid ett par tillfällen om sådana tester (DN, 010903; 970920). Redaktionsmedarbetarna provade under 1997 två slags pulverbantning, Herbalife och Nutrilett, och vid ett senare tillfälle testades Tonalinkapslar som lanserats i tidskriften *Hälsa* våren 2001. Vid enstaka tillfällen ges konkreta råd om viktminskning i DN. HD utfärdar också varningar för olika preparat, till exempel Dr Martins droppar som omtalades i ett citat ovan eller kommer med generella varningar:

Piller som absorberar fett under natten, så att de tråkiga bilringarna smälter som snö, undermedel utvunnet ur skaldjur, mirakelkurer på ananas, på ägg, på kolhydrater, ja i stort sett allting. Marknaden fullständigt kryllar av bantningsrecept, alla väldigt olika varandra men med ett väsentligt gemensamt – *de är totalt värdelösa*. (HD, 970608b)

Aftonbladet tycks däremot ha tagit på sig rollen som rådgivare när det gäller viktminskning, och lanserar den ena metoden efter den andra. Man kan nästan påstå att Aftonbladet har gjort rådgivning till en affärsidé. Bantningsråden är billiga nyheter som säljer bra. De fångar publikens uppmärksamhet, men förfaller ofta till ren underhållning snarare än hälsoinformation. En genomgång av materialet i Aftonbladet ger bland annat följande rekommenderade kurer och metoder:

- »En kom-igång-vecka kan göra susen för figuren.« Viktväktarmenyer »för dem som vill fräscha upp sig« (AB, 970823).
- Smalkurs
- Flygvärdinediet och
- Fettbrännarspecial (AB, 970301)
- The Melin model (AB, 980221)
- Dr Rössners ätskola (AB, 980321; 980328b; 980328a)

- Andlig metod: »Finn harmoni i kropp och själ.« Den nya metoden tar själen till hjälp för att »göra dig precis så vacker och smal och harmonisk som du alltid drömt om« (AB, 980411)
- Snabba metoden (pulverbantning) (AB, 980404c)
- »Ny« viktminskningsmetod: »Gå ned i vikt för gott med *kostcirkeln!*« (AB, 980404b; 980404a)
- Sugarbustersmetoden (AB, 990102)
- Citronkuren (AB, 990220)
- Färgdieten (AB, 990327a)
- Bli »Vårsmal«. »Färgglad mat stärker hälsan och bränner kilon. Ät med regnbågen och gå ned i vikt« (AB, 990417)
- Smal med ultraljud, »icke-blodig hälsosam fettminskningsmetod« (AB, 990605)
- Snabbmetod (AB, 990828b; 990828a)
- »Nya trenden – ät mer fett! Superstjärnornas nya diet« (AB, 990814)
- Mirakelpiller mot fetma
- Fruktdieten (AB, 000701)
- Ayurvedaskola, en möjlig väg att gå för att hitta idealvikten (AB, 000812; 001021). Vi får i denna skola lära oss om de tre kroppsliga tillstånden Vata, Pita och Kapha. Obalans i Kaphatillståndet sägs leda till slembildning och övervikt (AB, 001021). Läsaren tycks föras tillbaka till den gamla kroppsvätsketeorin¹, vilken avfärdades för mer än 150 år sedan, men Aftonbladet presenterar här en snarlik teori som en nyhet.
- Fettsugning (AB, 010120)
- Självhypnos (AB, 010210) och sen en ny
- »Må bra-satsning«.

Aftonbladets redaktör för specialbilagan Hälsa uppmanar läsaren att hänga med:

Vi hjälper dig att tänka rätt, äta rätt, hitta bästa motionen och toppar med ett specialprogram som trimmar magen till badsäsongen. Maten är, faktiskt, en bisak i sammanhanget. [...] Det viktigaste är de positiva tankarna. Det förstod jag för några år sen när jag gick ned 14 kilo efter insikten att jag var värd att må bra och se snygg ut. (AB, 010331c)

Vidare lanseras:

- »Ny« amerikansk vetenskapligt förankrad metod: *Ät så mycket du orkar – och gå ned i vikt* (AB, 010330)

1. En mer korrekt benämning är humoralpatologin, vilket är en lära med ursprung i antiken, ca 400 f.Kr., enligt vilken kroppens och själens sjukdomar orsakas av störningar i jämvikten mellan de fyra kroppsvätskorna: blod, slem, gul och svart galla. Ohälsa ansågs kunna botas genom att balansen mellan vätskorna återställdes med förändringar i dieten och livsföringen, senare även genom åderlätning, laxering etc. Under 1800-talet avlöstes humoralpatologin av modernare läror.

- Nyiform-vinägerkapslar (AB, 010623) och till sist
- Atkinsonmetoden (AB, 011113): »När kilona rasar ökar både den fysiska och intellektuella vitaliteten – liksom livslusten«, sägs det, och fördomen om att överviktiga är mindre begåvade ges ny energi.

Till dessa olika viktminskningsmetoder bifogas ofta information i listformat. Listor är en medial förpackning som vi känner igen även i andra sammanhang. Så gott som dagligen tar vi del av olika listor, exempelvis biografilmernas 10-i-topp, aktiemarknadens svängningar, musikhitlistor, listor över resmål, de mest sålda läkemedlen, de tio vanligaste måltiderna i ett svenskt hushåll och så vidare. I överviktsammanhang får läsaren ta del av listor av följande slag: »Så undviker du fettfällorna – 14 smala och smarta knep«, »Annas 4 råd till stora kvinnor«, »Smaltoppen i Europa« eller »Killarnas smaltips«. Ett generellt drag för merparten av dessa metoder, tips och råd som så frikostigt ges är att viktminskning primärt syftar till att förbättra utseendet – inte till att förbättra hälsan. Att viktminskning kan ge positiva hälsoeffekter tycks vara en bonus i sammanhanget. Informationens kvalitet och tillförlitlighet är i en hel del fall tveksam och skillnaden mellan de kurer som lanseras av Aftonbladet och den diskutabla bantningsbranschen förefaller i vissa fall hårfin.

Kvinnlig och manlig övervikt

Manliga och kvinnliga kroppar representeras olika i dagstidningarna. I artiklarna talas det exempelvis om kvinnors »rynkor«, men männens »fårar«. »Bilringar« kontrasteras mot »kärlekshandtag«. Kvinnor blir »gråhåriga«, men män får de »grå tinningarnas charm«. Männens »äpplen« och kvinnorna »päron«. Samma kroppsliga fenomen eller förändring gestaltas sålunda mycket olika. Representationerna ger upphov till olika associationer och tillskriver kropparna olika värden beroende på kön. Detta gäller även övervikt.

Tidigare forskning (se t.ex. First, 2002) har visat att män förekommer oftare i medieutbudet än kvinnor. En internationell mediestudie från tidigt 1980-tal visade att bara i knappt 20 procent av nyhetsinslagen förekommer eller berörs kvinnor. Senare studier (se t.ex. JMG-Granskaren, 2000) tyder på att inget har förändrats sedan studien gjordes. Män är oftare än kvinnor mediala aktörer. Männens framträdanden sker framför allt i den offentliga sfären, men de representeras dessutom som dominerande aktör i den privata sfären. Kvinnor förekommer mindre ofta i medieutbudet och när de väl

representeras så relateras deras framträdande främst till den privata sfären. Män associeras därigenom med kultur, förnuft och produktion, kvinnorna med natur, kropp och reproduktion (jfr Shands, 1997; Husz & Lagerkvist, 2001). Med tanke på denna markanta genusskillnad i medieutbudet är det intressant att konstatera att merparten av artikelmaterialet i föreliggande studie handlar om kvinnor och kvinnors övervikt. Det innebär inte att den manliga övervikten är frånvarande i texterna, men den representeras däremot kvantitativt och kvalitativt annorlunda.

En generell iakttagelse är att övervikt representeras som ett kvinnligt problem i dagstidningarna. »Hittills har 90 procent av uppmärksamheten kring fetma i både vård och media rört kvinnor« (HD, 970923), och vid Huddinge sjukhus överviktsenhet konstaterar läkarna att det är nästan bara *kvinnor* som söker hjälp för övervikt, trots att det oftast är *männen* som dör i komplikationer av fetma.

Att övervikt är ett kvinnligt problem kan utläsas både explicit och implicit i samtliga undersökta tidningar. Det blir dock särskilt tydligt i Aftonbladets rapportering i exempelvis alla de framgångshistorier som porträtterar kvinnor före och efter viktminskning. En icke oansenlig andel av Aftonbladets artiklar om övervikt har dessutom presenterats i den särskilda *kvinnobilaga* som tidigare gavs ut av tidningen. Detta förstärker intrycket av att övervikt skulle vara en särskilt kvinnlig angelägenhet. Att kvinnor i större utsträckning än män behöver tänka på sin kroppsvikt framgår också av rubriker och ingresser, till exempel: »Nu kan alla tjejer behålla drömvikten« (AB, 971203). Menyer som presenteras för den som drömmer »om en slankare kropp till sommarsemestern« är särskilt framtagna och beräknade för »överviktiga medelålders *kvinnor*« med stillasittande liv. Journalisterna tycks därmed utgå från att männen inte är intresserade av eller inte behöver menyerna (AB, 980509). Att män inte är intresserade vare sig av att räkna kalorier eller gymnastisera är en föreställning som också skymtar fram då och då i materialet. Exempelvis säger den manlige LO-ordföranden i en intervju att: »Män kan inte banta. Det är något som kvinnor gör för att komma i baddräkten« (AB, 980816). Övervikt är i detta uttalande, som i så många andra fall, en kosmetisk detalj, något som män varken kan eller behöver bekymra sig om.

Det finns en positivare underton när det talas om manlig övervikt. Skribenterna använder sig gärna av olika eufemismer för att beskriva den manliga övervikten. Det talas exempelvis om »män med rondör«, eller »lagom tjocka« män i sina bästa år. Men var är de lagom tjocka kvinnorna? Finns det

överhuvudtaget *lagom* tjocka kvinnor? Det finns en större acceptans och nästan en förlåtande ton när det gäller mäns stora magar. Exempelvis berättas det under rubriken *Sämst i Europa* (AB, 970720b) om ett gäng äldre överviktiga svenska män som spelar fotboll i en europeisk turnering. Att vara sämst i turneringen tycks vara en bragd. Det berättas om öltält och hur roligt spelarna har tillsammans. Att vara överviktig är inget hinder för att delta och definitivt inte en nackdel. Det hör snarare till att vara lite överviktig.

De överviktiga kvinnorna behandlas inte med samma nåd. Läsaren möts istället av en förlegad och lite nedlåtande kvinnosyn i en del av texterna. Exempelvis framhålls kvinnor som impulsstyrda varelser oförmögna att tänka rationellt och logiskt. Kvinnor kan tilltalas som hopplösa fall och det sägs att vi måste lära oss att *banta med hjärnan*. Vi får inte låta känslorna styra ätandet utan tankarna ska regera. Om vi bara lär oss att banta med hjärnan så kommer vi garanterat att förlora våra överflödiga kilon, och dessutom kommer vi att behålla vår nya vikt, lovar Aftonbladet Kvinna sina läsare (AB, 971112).

Monster och freaks

När smala äter pizza har de så mycket karriär och pengar att ta hand om att de inte hinner laga mat. Men när tjocka äter pizza är det äckligt. (DN, 970920)

Så skriver DN-journalisten Hahne i en artikel om pulverbantning. Det har i alla tider funnits ett intresse för monster och freaks – fysiskt och psykiskt avvikande – inte minst i fiktionen, där till exempel grotesken utgör en konstnärlig metod och estetisk kategori (Kåreland, 1997). I dagens samhälle är det de överviktiga kvinnorna som tagit på sig denna roll. Kvinnor hatar sina kroppar. De är för fula och feta, skriver journalisten Lind i en kulturartikel (DN, 971221). Vår tids kvinnor är inte befriade eller emanciperade, vi är fortfarande i stor utsträckning socialt förtryckta. Terrorn finns kvar och har kommit oss närmare. Den har skrivits in i våra kroppar och tar sig uttryck i självförakt, men också i asketism och i kroppsliga disciplineringsmanövrer. Kroppen blir ett ok, något man släpar på och skäms över. I rapporteringen om kvinnors övervikt finns ett freaks- och äckeltema. Överviktiga kvinnor är monster och deras kroppar väcker starka känslor hos betraktaren – både manliga och kvinnliga. Den kvinnliga övervikten framställs som vämjelig. Ett par före detta överviktiga kvinnor beskriver sina kroppar som »stora, svettiga och äckliga«. Kvinnokropparna avdunstar värme och utdunstar

obehagliga odörer. Kroppens olika delar hänger och slänger, sväller och väller ut över alla breddar.

Klädsam pondus eller äcklig fetma? En kollega till mig berättade häromdagen om en fruktansvärd upplevelse. Frustrande av någon blandning mellan gråt och skratt talade hon om hur hon fönat håret med huvudet upp och ner och råkat få syn på sig själv i dotterns helfigurspegel. – Å fyyy faan, det var det värsta jag varit med om! Allting hängde! Hakan över kinderna, kinderna över pannan, det gör jag aldrig om!... En kvinna runt femtio berättade allvarligt att efter det att man passerat 30-årsstreckets ska man aldrig luta sig framåt, allra minst i intima situationer. Gravitationen är för stark. (HD, 990829)

Det är fullt legitimt att både känna och ge uttryck för äckelkänslor inför sin egen kropp. Men det finns också de som uttrycker öppet förakt inför andras kroppar – de som inte kan uppfylla »normen«. Ett sådant exempel är svenska VM-stjärnan i bodybuilding:

För Camilla Sinclair är hennes kropp en välformad skulptur, ett vackert konstverk som hon älskar att vårda. – Otränade människor äcklar mig, säger hon. Hela hennes kroppsspråk understryker orden hon just sagt. Att otränade människor äcklar henne, att de ser konstiga ut och att hon inte förstår hur någon kan tillåta sig att vara överviktig. – Om jag ser någon fet människa fortsätta vräka i sig fet mat blir jag äcklad. Men jag tycker mest synd om dem, alla har ett val. De har gjort sitt. (AB, 971017)

Camilla berättar vidare i samma artikel, att killar »tänder på« hennes kropp och hennes erfarenhet är att »killar tänder mer på en fast rumpa än stora bröst.« Den kvinnliga journalistens kommentar är: »Orden faller naturligt i hennes mun. Det låter varken kaxigt eller egocentriskt när hon pratar om sin kropp.« Sinclairs syn på överviktiga får indirekt stöd av journalisten genom hennes tysta medhåll. Sinclair representerar därmed det normala eller det önskvärda, medan alla andra tycks avvika eller oönskade. I artikeln förvandlas den vältränade kvinnokroppen till ett sexuellt objekt. Den otränade överviktiga kroppen blir per automatik osexig. Rösterna som gör motstånd eller försöker opponera sig mot en sådan föreställning är svaga i styrka och få till antalet, men de finns där. Artiklar i den genren är till exempel *Våga vara fettmonster* (AB, 990527b) och *Du har rätt till ditt fett* (AB, 971001), där lite större kvinnor, forskare och kändisar, slår tillbaka mot »tjockismyterna« och försöker plantera idén att det går att vara vacker och överviktig. Artiklarnas eko är dock kortvarigt.

Den manliga övervikten väcker varken samma äckelkänslor eller har samma monsterstatus. Den manliga övervikten förknippas istället fortfarande med pondus, status och styrka. I den andan rapporteras det till exempel om borgmästaren i den lilla spanska staden som stoltserar med att vara världens tyngste borgmästare. Han vill nu dra nytta av sina 179,3 kilo och hoppas att övervikten ska kunna locka turister till staden (HD, 991128). Inte ett ord om hälsofaror, inte heller nedlåtande kommentarer eller skämt. I berättelsen är övervikt istället något positivt. Borgmästaren är en man som äras bör.

I en del artiklar får vi ta del av överviktiga kvinnors oro för att de inte ska duga som partners för att de är sexuellt oattraktiva. Att manlig övervikt skulle resultera i liknande avståndstagande hos kvinnor nämns, men är inte ett lika framträdande orosmoment hos de manligt överviktiga. Det är därför inte konstigt att vi finner exempel på kvinnor som går ner i vikt för sina mäns skull, medan männen går ned i vikt för sin egen skull.

Överviktens betydelse för reproduktionsförmågan representeras likaså olika. Det är betydligt fler artiklar som rapporterar om övervikt som en försvårande faktor för kvinnans reproduktionsförmåga (t.ex. möjligheten att bli gravid, övervikt som riskfaktor under graviditeten, förlossningen, men också barnets fortsatta hälsoutveckling), än som rapporterar om mannens reproduktionsförmåga (t.ex. överviktens samband med impotens). Den överviktiga kvinnan är inte bara ett monster, utan också ett hot för kommande generationer. Det är kvinnan som bär ansvar för barnens matvanor, kroppsuppfattningar och kroppsrestriktioner. Det är mammorna som styr och agerar förebild, sägs det i en artikel. Det är därför mammornas fel när döttrarna börjar banta (AB, 970318).

Kvinnokroppen är i stor utsträckning en moderskropp och den har en stor uppgift att axla. Kvinnan ska behaga omgivningen genom sin blotta uppenbarelse, ansvara för artens överlevnad och särskilt för att fetmagener inte förs vidare till nästa generation. Kvinnan ska agera kroppslig förebild för barnen, se till att hela familjen får ett sunt och balanserat näringsintag samtidigt som barnen ska fostras till sunda samhällsmedborgare. Mannens enda uppgift tycks vara att inte låta övervikten bli så stor att han mister sin potens.

Den fula ankungen blir svan

De överviktiga representerar det perversa och olustiga, men vi fascinerar samtidigt och förundras över deras heroiska insatser i kampen mot kilona. Vi ska nu bekanta oss med en specifik genre, den så kallade framgångshistorien. I dessa berättelser ställs de överviktiga ut, lite som en kuriositet i ett resande kabinett. I framgångshistorierna får vi möta personer som genomgått en radikal viktminskning, en så kallad »viktresa« eller »klädresa«. Att tala om viktminskningen i termer av en resa antyder att personerna genomgått en transformation, en omfattande förvandling. I dessa reseskildringar berättar de om tiden före jämfört med tiden efter viktnedgången. Personerna får göra en slags offentlig bikt eller avbön, och be om syndernas förlåtelse. De har nu kommit till insikt om att de handlat fel, och de lovar att aldrig mer göra om sina misstag.

Framgångshistorierna följer en viss årstidscykel. De dyker upp i sin mest renodlade form, framförallt i Aftonbladet, tidig vår. Sen intensifieras de under försommaren och mattas av något för att dyka upp igen på höstkan-ten. I snitt publiceras en framgångshistoria i månaden bara i Aftonbladet. Det förekommer såväl kvinnliga som manliga framgångshistorier. Nästan samtliga kvinnliga framgångshistorier är författade av *manliga* journalister. När det gäller de manliga porträtten har cirka 70 procent en manlig upphovsman, men i 30 procent av fallen är artikeln producerad av en kvinnlig journalist. De kvinnliga framgångshistorierna finner vi huvudsakligen i Aftonbladet, men de manliga historierna kan vi hitta i samtliga dagstidningar.

Det finns en särskild form av framgångshistoria som, istället för att fokusera på en enskild individ, sätter en hel arbetsplats i fokus. Dessa berättelser, är betydligt färre i antal, men de följer delvis samma logik som de förra. I till exempel DN-artikeln *På jobbet/i Västerås: Trötthet och fetma väck* (970420), möter vi Friskis & Svettis-grundaren Johan Holmsäter som berättar hur han på en bank i Västerås mötte »trötta, feta 40-åringar«, en »sjuk« organisation, men som när han var färdig med sin hälsoplan hade en arbetsförmåga på topp. Holmsäter gör inga »trolleritrix«. »Han ser bara till att företagsledningen och de anställda fokuserar sig på sin egen hälsa – för sin egen skull och företags.« Insikten som levereras i berättelsen är att: »Hälsomedvetna människor presterar mer ... de företag som inser detta har en icke oväsentlig konkurrensfördel.« I denna slags framgångshistoria står alltså organisationsmedlemmarnas hälsa i centrum, inte deras utseende.

Den främsta skillnaden mellan de manliga och de kvinnliga framgångshistorierna är att kvinnorna går ned i vikt först och främst för att förbättra sitt utseende. Männens däremot gör det för sin hälsas skull. Männens viktminskning kopplas framförallt till en önskan om att få ett givet arbete eller att behålla ett arbete. Den kvinnliga kroppen kopplas till hem och familj, medan den manliga på ett mycket tydligt sätt kopplas till det offentliga rummet och arbetslivet. Ytterligare en skillnad är att den kvinnliga kroppen tycks genomgå en mycket större förvandling än den manliga gör vid viktminskning. Jag kommer nedan att behandla den kvinnliga och den manliga framgångshistoriens logik, med tyngdpunkt på den förra då den dominerar utbudet.

SÅ BÖRJAR SAGAN · Cathrine Osbeck, 32, i Säbydal utanför Tranås sommarbantade och minskade 25 kilo. De första nio kilona på fyra veckor. [...] Cathrine gick ner från 93 till 68 kilo. (AB, 970720a)

Den kvinnliga framgångshistorian inleds vanligtvis med en slags hälsningsritual. Redan i rubriken eller på de översta raderna får vi bekanta oss med en individ och ta del av en mängd personliga uppgifter och förutsättningar: namn, ålder, bostadsort, antal minskade kilo, tidsåtgången för viktminskningen, ibland kompletterat av civilstånd, antal barn och sysselsättning samt metoden för hur viktminskningen skett. Vi får helt enkelt en redovisning av individens sociala, kulturella och fysiska kapital (jfr diskussionen i kap. 1 om Bourdieu och habitus).

Knubbsälen blev en svan. Diana bytte ut hamburgarna och mjukglassen mot viktväktarmenyer. På ett år gick Malmö-flickan ner 20 kilo. Och fick en biki-nifigur på köpet. (AB, 990327a)

Mönstret återkommer i både de kvinnliga och de manliga berättelserna: »Magnus Sandberg bantade 70 kilo på ett år. Han köper hem en 15-kilossäck med nyttiga morötter ibland« (HD, 990105). I de manliga fallen presenteras dock sällan civilstånd, barn eller partner. Männens tycks på så vis stå ensamma i sina berättelser. I de kvinnliga framgångshistorierna är det mer regel än undantag att vi får namnet på maken och barnen. Inte sällan träffar vi även kvinnornas mammor, systrar eller väninnor. Relationer av olika slag är således centralt i de kvinnliga berättelserna, men också omgivningens syn på kvinnans övervikt. »Barnen skämdes så hemskt att de inte ville att jag skulle följa med dem till skolan, säger Eva« (AB, 970607). En annan kvinna berättar

att hennes mor grät av lycka då hon såg henne för första gången efter viktminskningen. Detta var den lyckligaste dagen i kvinnans liv.

Något som också slår läsaren av framgångshistorierna är att det är bara »rekordbantare« och »viktmästare« som presenteras. Personernas viktminskning är verkligen sensationell. En minskning på 20–40 kilo är inte ovanligt. Anette, 28 år, gick exempelvis ner 40 kilo och Ann-Marie Nordh, från Köping, gick ner 47.

Bland de manliga porträtten finner vi även en helt annan variant, nämligen berättelser där mannen bara gått ned ett »mindre« antal kilon, men vädjar om hjälp för fortsatt viktminskning. Ett sådant fall är Bo »Fetpalten« Åström från Aborrträsk. Bo är 190 kg tung, men har vägt 200. Han måste gå ned *100 kg till* för att överleva, säger han. Målet ska vara uppfyllt om fyra år (VK, 970414). Berättelsen saknar en tydlig före-efter-logik. Fokus ligger istället på att väcka läsarens känslor och att skapa sympati för denne jätte som här berättar om sitt utanförskap, sin ensamhet – fetman som ett socialt stigma. Bo har en dröm – att kunna jobba heltid i framtiden – att orka med ett vanligt jobb. En annan man i en liknande situation är Marcus som väger 150 kilo och påstår sig vara död om 10 år om han inte får hjälp. Likaså möter vi under rubriken *Sveriges fetaste man måste få en operation*, John Matsson, som väger mellan 300 och 400 kilo (AB, 970915). Här är det »bantar-Björn« som vädjar för sin väns räkning. Denna form av vädjan eller sympatigenererande text finns inte i kvinnlig skepnad. De tjocka kvinnorna ska vi inte tycka synd om. Har de kanske sig själva att skylla?

VÄNDPUNKTEN · Ett återkommande ämne i berättelserna är den utlösande faktorn för eller impulsgivaren till personernas viktminskning. Denna faktor tillmäts stor betydelse åtminstone i de kvinnliga framgångshistorierna. I kvinnornas berättelser nämns gång på gång samma utlösande faktorer. Exempelvis anses åsynen av sig själv på foto eller synen av sig själv i provrummets spegel vara sådana avgörande händelser. Kvinnorna berättar om chockupplevelser då de ser sig i baddräkt: »Herregud! Jag visste att jag hade lite former, men inte att jag var stor som ett hus« (AB, 970720a).

Att ställa sig på vågen kan också ge en chockartad upplevelse, stark nog för att sätta igång en viktminskning. Flera personer uppger sig ha trott att de var lagom »trivselöverviktiga«. De tror sig väga 5–10 kilo för mycket, men har i själva verket 25 kilos övervikt. Att folk underskattar sin övervikt eller förtränger det faktum att de är överviktiga tycks inte vara ovanligt. I en arti-

kel berättas det om en kvinna som blir förolämpad på arbetsplatsen. Det är en manlig kollega som faller kommentaren:

»Men herregud, människa, hur ser du ut egentligen!« Vilken kvinna som helst skulle bli knäckt av en sån kommentar. Inte Eva Andersson. 38 kilo lättare springer hon nästa vecka Stockholm Marathon. [...] Vid tillfället vägde hon 108 kilo och hon förstod att hon var tvungen att göra något drastiskt åt sin övervikt. »Godisrättan« Eva gick direkt till Viktväktarna. (AB, 970531)

Den närmaste omgivningens kommentarer och blickar är många gånger avgörande för att sätta igång den kvinnliga viktminskningen: »En vacker dag, när pojkvännens blick fastnade på Tinas kropp, insåg Tina att hon kanske blivit lite väl tjock« (AB, 010609).

En föreställning i texterna är också att överviktiga kvinnor »skräpar ned«. De förfular eller skymmer den i övrigt sköna utsikten. Endast genom viktminskning kan kvinnan reducera förfulningen. Både i populär- och finkultur är kvinnokroppen objekt för lust och åtrå, men också fantasi. I det västerländska samhället tycks det vara kvinnans öde att beskådas, medan det är mannens privilegium att beskåda. Även om det är kvinnan som beskådar så gör hon det inte genom sina egna ögon, utan kvinnan ser sig själv som beskådad. Kvinnor har fått lära sig att begära hos sig själva det som mannen begär hos kvinnan. Hon är sålunda en »övervakad kvinna«, och hennes inre övervakare är en man. Därmed förvandlas kvinnan till ett objekt – en slags utsikt (Van Zoonen, 1994; jfr Göthlund, 2000: 70). »Jag blev fysiskt illamående av att se mig själv«, berättar en kvinna som »tappade« 35 kg för sin egen, men också »för omgivningens skull« (AB, 990718).

Det är därmed inte konstigt att mannens uppfattning om kvinnans kropp efter viktminskningen tilldelas en central roll i de kvinnliga framgångshistorierna. Det talas i klarspråk i flera av texterna om mycket stolta män som tycker att de fått en ny kvinna, en ny snygg hustru och »hon ser fantastisk ut«, intygar de. Viktminskningen sker till sambons, mannens eller barnens »glädje«. I citatet nedan tycks kvinnan ha tre män i sitt liv att ta hänsyn till.

Vi går ut i solen och spelar brännboll med pojkarna Martin, 7 och Mattias, 8. Maken Stefan ser nöjd ut när han blickar ut över de vackra ägorna. Han säger att han fått en ny hustru: »Hälften så tjock och hälften så arg!« (AB, 970503)

Kvinnan blir i citatet ovan en del av de vackra ägorna som mannen blickar ut över. Om man kan säga att det är blickarna som i förlängningen får kvinnorna att bestämma sig för att gå ned i vikt så startar männens »viktresa« av

andra skäl. Skäl som huvudsakligen kan härledas till hälsan. Bertil berättar om värkande knäleder och högt blodtryck. Mike har bantat 44 kilo. Personligen hade han inga problem med sin övervikt: »... inte förrän den slog sig på hälsan. Konditionen dalade och blodtrycket steg. Astman blev allt mer besvärande. Och eksemen... värst var ändå alla infektioner« (AB, 970510). I Magnus fall var det »arbetsgivarnas avvisande attityd« när han sökte jobb som gjorde att han beslöt sig för att göra något åt sin vikt (HD, 990105). Han liksom en del av de andra männen berättar dock att i övrigt har de *inte lidit av sin övervikt*. Det psykiska och emotionella lidandet saknas eller är inte lika framträdande i männens historier.

I de kvinnliga framgångshistorierna är lidandet däremot ett återkommande tema när de ska beskriva tiden före viktminskningen – »den tjocka perioden«. Då gömmer de sig bakom stora kuddar, kläder med mera. De gråter och är olyckliga. De visar sig ogärna för andra och det är med skammens rodnad på kinderna de lämnar hemmets trygga vrå. Skam, skuld känslor och ångest är den tjocka kvinnans lott.

FÖRVANDLINGEN · Så en dag bestämmer hon sig. Hon ska bli smal. Så fort beslutet är taget påbörjas förvandlingen. Före beslutet »lufsar« hon omkring och är »svag för« nygräddat och småkakor, men den okontrollerade jättekvinnan övergår till »en viljestark tjej«, som inte lämnar något åt slumpen. Hon följer sitt program till punkt och pricka. Hon börjar träna. Hon sätter upp fotografier i avskräckande syfte på kylskåpet och kilona bara rasar. Från att ha varit en »tjockis« som flåsar och pustar i ett försök att forcera trapporna till hemmet genomgår kvinnan en personlig förändring. Hon blir noggrann, duktig, ambitiös och stark! Hon blir rationell och effektiv. I artikel efter artikel är metamorfosen likartad och lika markant. Den mulliga blir smal. Det svåra blir lätt. Det mörka blir ljust och sorg övergår till glädje och lycka. Dramaturgin stegras och når till slut klimax. Man kan nästan höra ljudet av champagnekorkar som flyger. Kvinnorna »sprudlar av aptit på livet« är en vanlig kommentar från journalisterna. Deras självförtroende beskrivs i hyperboler¹ och tycks i princip obegränsat. Det skiner och skimrar om kvinnorna som om de vore beströdda med glitter. Dessa kvinnor är vardagens sanna hjältinnor och i texterna erhåller de en slags stjärnstatus.

1. Hyperbol är en stilistisk term för överdrivna uttryck.

Det är svårt att fatta att det är samma tjej som står här idag. Sigalitt är slank och snygg. Hennes leende och skratt skvallrar om ett mycket gott självförtroende. (AB, 970412)

27,6 kilo lättare och med ett självförtroende som riktigt skimrar. [...] Det är svårt att tro att denna livsbejakande och begåvade kvinna varit så illa därän. (AB, 970517)

Kvinnorna säger att de känner sig fräscha och läckra, ungefär som de sallader som de inkorporerar och avnjuter. De berättar att de är nöjda med sin figur och de visar också gärna upp den. Männens förvandling är inte alls så dramatisk. De konstaterar till synes opåverkade av framgången att de mår bättre och att de orkar mer. Så här beskriver Thomas sig efter sin viktminskning:

Levervärderna blev normala och min trötthet försvann. Idag känner jag mig ren invärtes och är mycket gladare. Dessutom orkar jag numera köra taxi i nio, tio timmar i sträck, säger 41-åringen. (AB, 990220)

En annan man berättar att han numera aldrig är sjuk och att han kan äta nästan vad som helst. Han äter till och med mer efter än före viktresan. Journalistens enda kommentar till mannens »nya liv« är: »Han trivs i sin nya roll« (AB, 970510). Några glädjescener återges inte, lyckan lyser inte i mannens ögon och de manliga hjältarna tar det hela med ro. De söker inte heller likt kvinnorna uppmärksamhet, erkännande eller bekräftelse. Någon personlig förändring tycks inte heller ha skett ... förutom att de gått ned 50 kilo.

Eftersom skillnaden mellan före och efter viktminskningen är så stor hos kvinnorna framställs vinsten med att gå ned i vikt oerhört mycket större och viktigare för kvinnorna än för männen. Kvinnorna mår inte bara bättre. De får ett helt nytt liv. Genom erövrandet av fysiskt kapital tycks kvinnorna också öka sitt sociala och kulturella kapital (jfr Bourdieu i kap. 1). De får status och blir någon. Att gå ned i vikt för en kvinna innebär således inte bara framgång på det privata och det professionella planet, utan det är vägen till lycka. Lycka är livets viktigaste värde, det är budskapet som kan läsas mellan raderna.

Det bästa beviset på en framgångsrik förvandling är när kvinnan inte längre känns igen av bekanta, kollegor, folk i närbutiken med mera. Istället spärrar omgivningen förvånat upp ögonen och säger: – Va, är det verkligen du? På samma sätt som omgivningen har svårt att förstå hur förvandlingen gått till har kvinnorna själva svårt att i ord beskriva förvandlingen, för i själva

verket så var det ju så lätt. Det gick av bara farten. Istället plockar kvinnorna fram gamla fotoalbum med »tjocka« bilder, där borden är täckta av chips-påsar och läskflaskor. De visar upp sina gigantiska kläder, tältkläderna som idag är alldeles för stora, men som utgör bevis på »klädresan« som gjorts. Detta är en del i den *offentliga avbönen*, och avståndstagandet till allt det som de tidigare var, tidigare smak och val av liv. Männens däremot blickar inte bakåt. De är fokuserade på framtiden. Nu ska de inspirera andra, få arbetslösa att börja träna, ordna bantningskurser för män, ut och föreläsa, tjäna pengar på sitt vinnande koncept och hjälpa sina bröder i landet.

OFFENTLIG AVBÖN · Lyman (1978) beskriver, i sin bok om de sju dödssynderna, storätaren som avskyvärd i det att han ger efter för sina lustar, men också värdefull för alla andra individer just på grund av sin syndighet. Frosaren räddar nämligen oss andra genom att ta på sig rollen som syndare. Detta bidrar till att vi kan ha överseende med honom. I grund och botten så är ju den överviktige bara en ofarlig figur som fallit i onåd. De överviktiga männen och kvinnorna i berättelserna försöker på olika sätt leverera någon slags förklaring eller ursäkt för sin viktuppgång. De erkänner att de har syndat och ber om förlåtelse. I deras bekännelser återkommer de gång på gång till storätandet. De vittnar om frestelser som de inte har kunnat motstå: pannkakor, snabbmat, mackor, chips, såser, hamburgare, glass indränkt i kolasås, pizza, bacon, gräddiga grytor, salami, crème fraiche och smågodis en masse. »Det var ingen hejd på hur jag kunde vräka i mig«, berättar Diana (AB, 990327a). Kocken Michel Verli berättar också hur han tidigare vräkte i sig mat ända tills han vägde 130 kilo (AB, 990906). I framgångshistorierna förmedlas därmed en föreställning om övervikt som ett självförvällat tillstånd. Samtidigt framförs ursäkter i det att individen säger sig ha tappat kontrollen över den egna viljan. *Viljan har annullerats*, kroppen dikterar villkoren. Det blir därmed svårt att bedöma huruvida den överviktige är ett offer eller en fri människa. Bo är en av dem som tar på sig skulden för sin övervikt och inser det syndiga i sitt handlande, men som också hävdar att hans vilja har upplösts:

Jag vet ju att jag egentligen rår för det själv, att jag äter för mycket. Men det blir som ett beroende att äta, som att vara alkoholist eller rökare. Jag har aldrig ägnat mig åt sånt, men jag har väldigt svårt att låta bli chips och godis och sånt som jag vet att jag inte får äta. Jag äter fast jag vet att jag inte ska, och sedan får jag ångest. (VK, 970414)

Tillstånd som individen inte själv kan »råda över« och som står utanför viljans makt som till exempel hormonrubbingar, ämnesomsättningsfel, depressioner, psykologiska besvär, graviditeter, genetiska anlag med mera kan också hänföras till denna kategori av »orsäker« representerade i artikeltexterna. Det finns också exempel på människor som beskriver sitt ätande som en *olyckshändelse*, något som bara hände och som de inte planerat, kunnat förutse eller värja sig mot. En kvinna berättar exempelvis om hur hon på väg hem från jobbet kastar i sig hamburgare och annan snabbmat som av en olyckshändelse. Andra skyller på sin uppväxt, *socialisationen* (jfr kap. 1 om habitus och smak). Farmor, mormor eller mamma utpekas som medhjälpare till att grundlägga övervikt. Genom att växa upp i en viss social miljö vänjer man sig vid en given smak. Individen själv är fri från skuld. Kroppen är en social produkt.

Som femåring var jag smal som en speta. Sex år gammal fick jag makaroner med smält smör. Det var lyckan. Sedan kunde jag äta det till både frukost, middag och kvällsmat. Det blev mer fet älsklingsmat. –Pannkakor och grädde var inte så dumt. En gång åt jag tolv stycken. Mamma tyckte det var nog. Jag grät och så blev det en pannkaka till. (AB, 970720a)

Individernas *arbeten* används också som förklaring. Vissa yrken anses farligare än andra då de är direkt relaterade till mat och utspisning eller då de är så tråkiga att man måste äta för att inte gå under av leda, falla i sömn eller liknande. Kallskänkan Linda berättar till exempel om hur svårt hon hade att hålla fingrarna i styr i sitt »farliga yrke«.

Personerna i framgångshistorierna berättar i denna blidkande anda om hur fel de tidigare har ätit. De säger att de saknat kunskap om kostens och motionens betydelse, men nu har de äntligen lärt sig att äta och leva rätt. Nu har de sett ljuset och förstått hur fel de handlat, ungefär som den åtalade som vid rättegången erkänner felaktigheten i det brott som han/hon har begått.

Att överkonsumtion och övervikt snarare betraktas som något »kriminellt« än ett sjukligt eller medicinskt onormalt beteende är betingat av ätandets frivilliga karaktär. Samtidigt kan man säga att om nu storätandet kan betraktas som ett brott så finns det inga offer. Den enda som tar skada av överkonsumtionen är individen själv, vars hälsa försämras och i värsta fall förkortas livet. Överkonsumtion kan på så vis betraktas som ett självmord, där individen »fettbombar« sig själv (Lyman, 1978). Individen konsumerar inte bara för mycket mat, utan konsumeras också av den. Varför är då frosseri, men också de som ägnat sig åt detta moraliskt belastade? Lyman (1978)

menar att den som äter mer än vad han eller hon behöver ägnar sig åt överdriven självtillfredsställelse. Individerna ignorerar kroppen och följer istället sitt egos begär. En allt för stor eftergivenhet för jaget kan i sin tur uppfattas som uppror gentemot det sociala, gruppgemenskapen. Överviktiga människor kan alltså inte tolereras av samhället eftersom de är för egoistiska. Den överviktige förolämpar samhället genom sitt agerande. Därför är också absolution ett centralt tema i framgångshistorierna.

En del människor kan dock inte ursäkta sitt överdrivna och onyttiga ätande inför omgivningen. *Drömmen* eller *fantasin* är då en sista utväg för att lätta på skuldbördan. Den överviktige personen föreställer sig själv helt normal och älskvärd, inte tjock och omättlig. Innanför det tjocka skalet finns en smal och sårbar individ: »Det är trist att inte duga som man är. Själ och hjärta är ju desamma oavsett om kroppen är stor eller liten« (AB, 990105b).

I RAMPLJUSET · Från att ha levt isolerat, eller i skuggan av andra människor utanför den offentliga arenan, tar de framgångsrika kvinnliga viktmästarna klivet fram i rampljuset. Från att ha undvikit andras blickar söker de nu upp dem. De vill synas. De vill visa upp sig. De vill förverkliga sin dröm – att bli modeller och gå på »catwalken«, om så bara för en dag. Kvinnorna blir luciakandidater. De anmäler sig till skönhetstävlingar, eller nomineras till tävlingar för »Årets viktväktare«, vilket nästan tycks synonymt med det förra. De vinner titlar i stor konkurrens med andra.

Riksfinalen i går, när hon stod där uppe på podiet tillsammans med 14 andra finalister, är som hämtad ur en annan värld. Alla är slanka och nöjda med sig själva. Anette var inte ens nervös när den kvinnliga segraren skulle koras. – Jag var så säker på att jag inte skulle vinna, så det var lugnt och skönt där uppe på podiet. Alla andra hade gjort jättebra presentationer av sig själva. Men så sade de »nummer 6« och jag tittade på mitt nummer och tänkte »det är ju jag!« (AB, 990926)

De tidigare tjocka, fula och fördömda personerna tar på detta sätt revansch. De får samtidigt en fläkt av flärd och glamour. Att få möjligheten att känna sig vacker betyder mycket för dessa kvinnors självförtroende, intygar de själva. Deras tidigare kritik och ilska över skönhets-, modeindustrin och det utseendefixerade samhället tycks med ens bortblåst. Nu är det den egna skönheten som står i fokus.

Nu står hon i strålkastarskenet i Aftonbladets studio, med bar mage. Hon agerar naturligt, som en fotomodell, med stort självförtroende och med stark utstrålning. (AB, 991225b)

Ett alternativ till skönhetsstävlingen är en idrottslig prestation utöver det vanliga. Tävlingar arrangerade av lokala klubbar duger dock inte för dessa nya atleter. Stockholm Marathon och Vasaloppet är möjligen utmaningar som kan lämpa sig i deras iver att få visa att de själva duger.

Så går sagan mot sitt slut – ett lyckligt slut. Något annat är otänkbart. Det finns nämligen bara framgångsrika väl fungerande bantningskurer. Förutom då tidningarna själva väljer att rapportera om lurendrejeriförsök och bantningsbluffar. Kvinnorna som tidigare fascinerats av att läsa om andra kvinnor som framgångsrikt gått ned i vikt har tagit steget över och bytt sida. Drömmen om att själva en dag få vara med i ett tidningsreportage och få nationell uppmärksamhet har gått i uppfyllelse. Viktmästarna har samtidigt med stjärnrollen iklätt sig rollen av experter, och har vi tur kan vi också få ta del av rekordbantarnas »magra« tips, läckra smalrecept, eller bästa råden för »ett smalt liv«. Männerna som framgångsrikt minskat i vikt går tillbaka till sitt arbete eller söker nytt jobb och så fortsätter livet ungefär som förut. Männerna tror varken på hälsokost, på särskild bantarmat eller Viktväktarna. De litar på sin egen förmåga. Receptet är styrketräning och simning, samma mat som tidigare men mindre portioner, säger exempelvis Magnus. Som läsare undrar man dock hur Laila, Sigalitt, Lena, Eva, Ann-Marie, Malin och alla de andra har det idag?

Summering och reflektioner

I överviktsjournalistiken används logiker och framställningsformer som vi som läsare redan är bekanta med och känner igen, eller som vi lär oss känna igen med tiden. Vi finner exempelvis en riklig metaforik i texterna som hjälper läsaren att tolka och förstå artikelinnehållet, men som också leder läsarens tankar i en given riktning och genererar vissa associationer. Många av metaforerna som förekommer i texterna (t.ex. krigs-, sport-, spel- och maskinmetaforer) kan förknippas med en manlig föreställningsvärld eller intressesfär, vilket är en intressant iakttagelse med tanke på att övervikt generellt sett representeras som ett kvinnligt problem. En förklaring kan vara att både journalistkåren och läkarkåren länge varit (och fortfarande är) manligt dominerade världar, vilket rimligtvis satt sina spår på såväl kollek-

tivets tänkande som språkbruk. Med tanke på att de dominerande aktörerna i artiklarna kommer från dessa »maskulina« världar är det kanske inte så förvånande att metaforiken ser ut som den gör.

I medierapporteringen om hiv/aids under tidigt 1990-tal användes också militära metaforer. Man talade likaså om aids som en invasion och en förgiftning (Sontag, 1988; Allan, 2002). Metaforiken i hiv-/aidsrapporteringen förknippades med skuld och förebråelser, vilket vi även känner igen i överviktsrapporteringen. Är man överviktig ingår man i en riskgrupp. Man blir en icke önskvärd person, samhällets paria. Precis som aids kopplas övervikt till individens riskfyllda beteenden hos svaga grupper som i allt för stor utsträckning ger efter för sina lustar. De överviktiga har därför sig själva att skylla. Aids beskrevs i nyhetsrapporteringen som en farsot eller pest (se Jarlbro, m. fl., 1992) och samma metaforik finner vi även när det gäller övervikt. Domedagsprofetior och pestmetaforik förebådar att slutet är nära – världen kommer att gå under. Bildspråket väcker också föråldrade tankar till liv om människor som befläckats och dömts till lidande och sjukdom.

Dikotomiska teman eller begreppspar är en annan framträdande ingrediens i överviktsdiskursen. Dikotomier eller dualismer är viktiga mentala kategorier som underlättar vår tolkning och förståelse av omvärlden. Dikotomier är många gånger relevanta inslag i berättelser, till exempel i folksagor, vilka kräver någon slags kamp för att lösa problem och uppkomma situationer. Motsatsparen skapar förväntan hos läsaren om vad som komma skall. De är också verktyg för att skapa spänning och dramatik. De driver berättelsen framåt, men de visar också på polarisering, motsägelsefullheter, spänningar och konflikter.

I överviktsrapporteringen finner vi en mängd dikotomiska teman. Några sådana exempel är: vi–dom, djur–människa, den onde–den gode, vinnare–förlorare, tjock–smal, ung–gammal, natur–kultur, före–efter, normal–onormal, hedonism–asketism, manlig–kvinnlig. Dessa olika dikotomiska teman avlöser varandra i överviktsdiskursen. De finns representerade i viss mån i samtliga dagstidningar. Det som skiftar är dock graden av dramatisering och tillspetsning. Spänningen upprätthålls genom att sista akten ännu inte är skriven. Läsarna inbjuds samtidigt att träda upp på scenen för att genom sina reaktioner bli medförfattare till dramat (jfr Eide & Hernes, 1987).

Rapporteringen kännetecknas av en mängd intressanta teman, men också en hel del motstridiga budskap, svårbegripliga eller till och med obegripliga

budskap, komplicerade riskbedömningar samt råd som i flera fall är av tveksam kvalitet. En stor del av rapporteringen utmärks dessutom av en onyanserad och oreflekterad hållning. Allan (2002) går så långt som att påstå att journalistik och vetenskap passar illa ihop. Journalisterna tenderar att glömma sin viktiga pedagogiska roll i jakten på bra nyheter. Forskningsresultat som det tagit år av arbete att få fram ska under stor tidspress förenklas och sättas ihop till en berättelse som uppfyller såväl läsarnas som redaktionens krav på en god nyhet. Detta går tyvärr ibland ut över textens tillgänglighet och läsvärde.

Body Mass Index eller BMI är ett mantra som basuneras ut nästan lika ofta som övervikt omtalas. BMI är hjälpmedlet framför andra för att läsaren ska kunna bedöma sin egen vikt och därmed sitt hälsotillstånd. Ett problem är dock att gränsvärdena varierar från artikel till artikel. Det normala och onormala är inte bestående tillstånd, utan under ständig omförhandling och konstruktion. Det gör inte saken lättare att BMI också ifrågasätts i texterna och får konkurrens av andra »formler« med liknande syfte. Fettet ska mätas liggande och stående, på buken, runt stussen och så vidare. Det är en svår uppgift för läsaren att tolka, förstå och applicera de vetenskapliga iakttagelserna på sin egen situation och vardag. Men kanske är det inte nödvändigt. En framträdande föreställning i medietexterna är nämligen att forskarna ska rädda oss från övervikt och fetma. Forskarna är detektiver och frälsare, i mänsklighetens tjänst, för att lösa tidernas kanske största hälsotriller. Den överviktiga allmänheten uppmanas indirekt på samma gång att luta sig tillbaka och invänta att lösningen blir dem serverad – mirakulöst. Övervikt ligger därmed inte på individens ansvar utan det är forskarna som förväntas axla uppgiften.¹ Men, vem vet egentligen när gåtan löses? Buden härom varierar, liksom buden om hur lösningen ska te sig. Medicinska lösningar liksom tekniska innovationer står högt i kurs i rapporteringen, även om seriositeten i en del av dessa uppfinningar borde ifrågasättas. Tron på informationskampanjers möjlighet att främja allmänhetens hälsa tycks dock variera.

Mediernas roll i överviktsproblematiken är inte något som diskuteras nämnvärt i artiklarna. Mer förvånande är dock att livsmedelsbranschens roll nästan helt utelämnats i rapporteringen. Likaså höjs få kritiska röster om de kommersiella aktörer som på olika sätt försöker sko sig på de överviktigas

1. Jfr opinionsmaterialet där staten respektive individen själv ansågs ansvarig.

bekostnad. Hit hör i viss mån även medieaktörer som på olika sätt förvandlar kroppen till en vara och tjänar pengar på dess försäljning.

Aftonbladet är den tidning i undersökningen som i störst utsträckning gjort kropp och (o)hälsa till en kommersiell affärsidé. Det framgår dels i den omfattande rådgivningen om kropp och hälsa i rapporteringen, dels i den så typiska framgångshistorien som frekvent förekommer i Aftonbladets journalistik. Framgångshistorierna fungerar som en slags modern folksaga. De fyller både en sedelärande och eskapistisk funktion för läsaren. Det sedelärande inslaget ligger i den avbön de före detta överviktiga individerna gör. De berättar om sina misstag och sitt felaktiga handlande. Samtidigt utgör de prov på det goda exemplet och pekar ut den rätta vägen för alla oss andra. De inspirerar och ger oss incitament att själva börja banta.

Framgångshistorien ger också läsaren en chans att drömma sig bort till sagans värld; en värld där prinsen får sin prinsessa efter en rejäl viktnedgång, bröllopsklockor ringer, solen skiner och glädjetårar faller. I dessa historier blir kroppen ett medel att nå målet. Kroppen blir ett projekt, ett estetiskt bygge för omgivningen att njuta av, men också ett identitets- och lyckosökande för jaget. Ordspråket »var och en sin egen lyckas smed«, fångar dessa tankar väl. Det bestående intrycket av Aftonbladets texter är att merparten av dem inte behandlar övervikt som ett hälsoproblem utan som ett skönhetsproblem. Denna bild förstärks inte minst i framgångshistorierna. Viktminskning är positivt för individen eftersom hon därigenom når skönhet och lycka; en god hälsa tycks sekundärt.

Hur ska vi förstå övervikt? Vad säger medietexterna oss om hur övervikt ska förklaras? Läsaren förses med tre övergripande förklaringsmodeller till övervikt: en genetisk-biologisk förklaringsmodell, en samhällelig eller strukturell modell samt en modell där den drabbade har sig själv att skylla. Den första modellen innebär att individen befrias från skuld eller, om man så vill, fråntas ansvar för sin egen hälsa. Övervikt lastas istället våra förfäder, åtminstone våra mödrar. Inte bara de genetiska anlagen sägs spela in, utan även livmodermiljön (ett mellanting mellan arv och social miljö) kan påverka det ännu inte födda barnets framtida övervikt. Den genetiska förklaringsmodellen erbjuder de överviktiga befrielse från skuld, men också argument för »rasism«, då de upplever sig särbehandlade. De överviktiga tycks i vissa texter betrakta sig själva som en egen »ras«, diskriminerade på grund av sin biologi – sitt genetiska arv.

Den andra förklaringsmodellen binder individen till samhället och dess sociala och strukturella begränsningar. Individen är ett offer för moderniseringsens samhällsomvandlingar, oförmögen att själv välja bort tekniska innovationer som kan inverka menligt på hälsan (t.ex. hissar, bilar, snabbmat). Men människan är också, enligt den tredje modellen, en självständig varelse som kan ställas till svars för sina handlingar. I denna anda finner vi resonemang om människan som njutningsvarelse, vars enda strävan är att bejaka hedonismen. I medietexterna är den njutningsinspirerade konsumtionen acceptabel om den regleras av asketiska ideal. Här finns en tydlig ambivalens. Hedonism förutsätter sin motsats asketism. Båda är viktiga inslag i vår senmoderna, men fortfarande lutherska, kultur.

Texterna har en historisk förankring. De säger något om eller relaterar till tidigare utsagor, meningar, händelser. Samtidigt säger de oss något om framtiden, om kommande betydelser och tolkningar. På så vis kan nyhetstexterna både bekräfta redan existerande föreställningar och förstärka dessa, på samma gång som de ständigt rekonstrueras och återuppstår. Rapporteringen om övervikt tycks på så vis både bekräfta och förstärka stereotypa framställningar och fördomar om överviktiga.

Den negativa och föraktfulla representationen av den överviktiga dominerar tidningsinnehållet på bekostnad av röster av motsatt uppfattning. De överviktigas intresseorganisation som i stor utsträckning står för motståndet till den negativa bilden av överviktiga kommer sällan till tals i texterna. När så sker är det ofta i ett putslustigt sammanhang (t.ex. i samband med deras prisutdelning av »Marsipangrisen« respektive »Tryffelsvinet«, vilka går till en »god« representant för de överviktiga respektive »ond« aktör som motarbetar eller bidrar till de överviktigas stigmatisering i samhället). Artikeltexterna bidrar också till att homogenisera och sedimentera etablerade könsordningar, könsroller och familjebilder. Kvinnan ansvarar för hem och familj (barnens uppfostran), och är till för mannens behag och blickar. Mannen är först och främst försörjare. Kvinnor och mäns kroppar och övervikt representeras olika. Kvinnans övervikt stigmatiseras, mannens övervikt har vi overseende med. Den väcker till och med våra sympatier. Vi lider därför med Thomas Brolin, men förfasas över vår »mulliga« kronprinsessa (som i själva verket led av anorexi). Kvinnan går ned i vikt för andras skull, för att nå skönhet och lycka. Mannen går ned i vikt för sin egen skull – för att få en god hälsa.

Slutdiskussion – men inte slutdiskuterat

JAG VAR I de nedre tonåren då jag lärde mig uttrycket: »Äta bör man annars dör man.« Till detta lades ibland slutklämmen: »Äter gör man ändå dör man.« Under årens lopp har orden återkommit vid flera tillfällen i mina tankar. De pekar kanske på ett naivt men ändå träffsäkert sätt på ett av konsumtions- och risksamhällets dilemman. I uttrycket lyfts nämligen dels matens betydelse för hälsan fram, dels tydliggörs konsumtionens osäkerhet och risktaganden. För att överleva och må bra räcker det inte med att vi får i oss föda. Vi måste dessutom få i oss en rätt balanserad föda – rätt kost i rätt mängd – annars riskerar vi inte bara vår hälsa utan i värsta fall våra liv. Detta ställer givetvis krav på oss som konsumenter, som under en genomsnittlig livstid äter cirka 40–50 ton mat. Vi måste ha god kunskap om kost och näring, men också om energiförbrukning för att kunna fatta informerade beslut om vår hälsa. Därtill måste vi ha kunskap om de hälsorisker och riskbeteenden som vi genom konsumtionen utsätter oss för. Hur många känner egentligen till antalet kalorier vi dagligen behöver för att hålla vikten eller hur långt vi måste promenera för att förbruka en normalstor pizzas energiinnehåll? Hur många vet att övervikt har ungefär samma konsekvenser som tjugo års åldrande? Hälsa är något som många tar för givet. Vi tycks idag nästan mer intresserade av våra ägodelar än vårt hälsotillstånd. Vi bekymrar oss för husets fasad och vår hi-fi-utrustning. Vi tar årligen och samvetsgrant bilen till besiktning. Hur mår egentligen bromsarna? Är torkarbladen kanske lite slitna? Att vi skulle lägga ned motsvarande omsorg på våra kroppar är för somliga otänkbart. Samtidigt exponeras vi för fler hälsobudskap i medierna än någonsin. Detta gör det motiverat att undersöka hur hälsobudskapen egentligen ter sig.

Massmedierna kan bidra till att förändra, förbättra men också försämra samhället. De har en central roll att spela. Samtidigt måste man ha i åtanke att de allt mer styrs av marknadens logik istället för publicistiska principer.

Medierna, inte minst dagstidningarna, är likväl en mycket viktig informationskälla för allmänheten när det gäller information om hälsa, till exempel sund och näringsriktig kost, men också ifråga om de hälsorisker som vi medvetet eller omedvetet utsätter oss för. Medierna definierar och tydliggör hälsorisker för befolkningen, men de pekar också på utvägar och möjligheter till riskreducerande åtgärder. Medie- och riskforskningen har visat att denna funktion är väsentlig samt att mediernas riskrapportering många gånger har en avgörande betydelse för allmänhetens upplevda oro, riskuppfattningar och i förlängningen deras ageranden (se t.ex. Snyder & Rouse, 1995).

Här i avhandlingens sista kapitel vill jag lyfta fram och diskutera några av studiens mest centrala resultat och slutsatser. Jag kommer därmed att återkoppla till den fråga som har varit ledstjärna under avhandlingsarbetet, nämligen: Hur representeras övervikt i medierna och vilka konsekvenser kan dessa representationer få för allmänhetens uppfattningar om övervikt? Jag kommer också att resonera kring hur det kan komma sig att rapporteringen ser ut som den gör samt reflektera över dagstidningens position i och ansvar för den samhälleliga hälsokommunikationen.

Metod, material och resultat

Min undersökning består av en kvantitativ och en kvalitativ innehållsanalys av fyra dagstidningar: *Dagens Nyheter*, *Aftonbladet*, *Helsingborgs Dagblad* samt *Västerbottens-Kuriren*. Analysen omfattar sammanlagt 1 925 artiklar publicerade under fem år (1997–2001). Den kvantitativa analysen baseras på samtliga dessa artiklar (se kap. 4), medan jag har genomfört den kvalitativa analysen på ett urval om cirka 400 artiklar (se kap. 5 och 6). Det är viktigt att hålla i minnet att de studerade tidningarna inte representerar det totala medieutbudet, inte heller det totala utbudet av dagspress utan de är strategiskt valda exempel på dagspressens utbud.

Dagspressen är en viktig informationskälla och påverkansfaktor; en källa till kulturell bildning och förändring. Från dagspressen hämtar vi material för att skapa oss en uppfattning om saker och ting samt generera kunskap om världen vi lever i. Vill vi få en förståelse för samhället och samhällsutvecklingen måste vi därför också analysera och försöka förstå medierna. Vid varje sådan analys bör såväl kvantitativa som kvalitativa innehållsaspekter hos medierna beaktas för att få en så komplett bild som möjligt av utbudet.

Min undersökningsdesign har giltighetsanspråk utanför den kontext den här tillämpas inom. Den kan fungera som »konservöppnare« och inspirationskälla också i andra sammanhang då man vill komma åt hur medierna representerar olika samhällsfenomen. Denna slags studier är viktiga att genomföra eftersom de också håller frågor om mediernas roll och ansvar samt journalistik vid liv. Därmed kan man säga att mitt arbete har något att tillföra utöver de omedelbara slutsatser jag kan dra när det gäller dagspressens representation av övervikt.

Innan jag går över till att diskutera studiens viktigaste resultat vill jag peka på det faktum att Aftonbladet har en särskild status i undersökningen. Ungefär hälften av tidningsmaterialet kommer från Aftonbladet, cirka en tredjedel av artiklarna är hämtade från Dagens Nyheter och de återstående tjugo procenten fördelar sig på de mindre lokaltidningarna, varav merparten publicerats i Helsingborgs Dagblad. Det är alltså en anmärkningsvärt stor andel av tidningstexterna som kommer från en tidning där underhållning ibland kan tyckas viktigare än journalistiska principer. Underhållande nyhetsartiklar kan förvisso mycket väl vara god journalistik, men det finns en risk för att lösnummerförsålda tidningar låter underhållning och sensation gå före journalistiska principer i sin ständiga jakt efter att öka försäljningen. Att Aftonbladet utgör en så stor andel av det undersökta utbudet kan få konsekvenser för undersökningen såtillvida att den undersökta dagspressen i sin helhet kan tyckas mer sensationsinriktad än vad den i själva verket är. Samtidigt kan man inte blunda för det faktum att Aftonbladet tack vare sin stora upplaga och räckvidd kan få större genomslag i läsningen jämfört med morgontidningarna. Aftonbladet når drygt en miljon läsare dagligen. Aftonbladets rapportering skulle därmed kunna få en förhållandevis stor inverkan på allmänhetens bedömning av och uppfattning om övervikt. Det finns dock undersökningar (se kap. 2) som visar att läsarna anser att den lokala morgonpressen är mer trovärdig än den lösnummerförsålda kvällspressen, vilket i sin tur skulle innebära en nyansering av en sådan slutsats.

Ett undervärderat samhällsproblem?

En viktig slutsats från min undersökning är att övervikt är ett undervärderat samhällsproblem i dagstidningarna. Med tanke på hur många människors liv och hälsa som är hotade av övervikt och fetma är det förvånansvärt att ämnet inte får mer utrymme i nyhetsrapporteringen. Överviktsämnet är sällan förstasidesstoff under den period som jag har studerat. Materialet

består av en förhållandevis hög andel små artiklar och få opinionsbildande artiklar. Det är därmed kanske inte så konstigt att allmänheten hittills har trott att de största hoten för svenska folkets hälsa är bland annat narkotika, aids och våld, då rapporteringen om dessa hälsorisker är betydligt mer omfattande än exempelvis överviktsrapporteringen.

I själva verket dör ett fåtal personer årligen i aids eller på grund av yttre våld eller narkotikamissbruk (se kap. 4). Däremot drabbas och/eller dör ett stort antal människor av diabetes (typ II), cancer samt hjärt- och kärlsjukdomar, vilka alla utgör vanliga konsekvenser av övervikt. Överviktsämnet får alltså litet utrymme i dagspressen med tanke på problemets reella omfattning. En möjlig konsekvens härav är att varken allmänheten, det politiska etablissemanget eller ens medierna själva uppfattar övervikt som en särskilt allvarlig hälsorisk. Min undersökning sträcker sig dock inte längre än till och med december år 2001. Det finns idag åtminstone en undersökning som tyder på att rapporteringen därefter kan ha ökat, i alla fall när det gäller engelskspråkiga medier. En sådan undersökning har genomförts av International Food Information Council (IFIC). Stiftelsen IFIC har studerat mediernas bevakning av överviktsproblematiken sedan 1999. Enligt uppgifter som publicerats på IFIC:s hemsidor under november 2003 har antalet artiklar ökat från ca 400 under år 1999–2000 till närmare 5 000 under år 2002–2003 (IFIC, 2003). Det påstås att ökningen avspeglar sig dels i en större rapporteringsvolym, dels i att fler medier intresserar sig för frågan. Uppgifterna baserar sig på ett urval av amerikanska och internationella engelskspråkiga webbaserade medier och nyhetsbyråtelegram, och utgör alltså inte det totala utbudet av övervikts- och fetmarelaterade nyheter. Hur själva urvalet gått till i studien framgår inte och uppgifterna måste, som all information på nätet, behandlas med viss försiktighet. Viktigt att komma ihåg är dock att övervikt är ett betydligt större problem i vissa engelskspråkiga länder, till exempel USA och Storbritannien, än i Sverige och att ämnet därför troligen får en annan journalistisk nyhetsvärdering där jämfört med i Sverige.

Ny journalistisk bedömning på väg?

Min studie visar att alarmeringsgraden, mätt i andelen alarmerande artiklar om övervikt, har stigit under undersökningsperioden. Andelen lugnande artiklar har parallellt härmed minskat. Detta kan vara ett tecken på att ämnets journalistiska värdering är på väg att förändras. En uppföljande

studie skulle kunna ge oss svar på detta. Intressant nog är det inte i kvällspressens representant i undersökningen (Aftonbladet) som vi finner de mest alarmerande artiklarna, utan i morgonpressen. Kvällspressen kritiseras ofta för sin överdrivna alarmering i olika frågor; när det gäller övervikt levererar Aftonbladet dock till stor del hoppingivande och lugnande besked.

Övervikt är starkt klassrelaterat och det är även kvällstidningsläsningen. Undersökningar har visat att en stor andel av Aftonbladets läsare är lågutbildade och dessa är i större utsträckning än högutbildade drabbade av övervikt (Lithner, 2000; SBU, 2002). En tentativ förklaring till det oväntade resultatet som diskuterades ovan kan därför vara att tidningen inte i onödan vill stöta bort eller oro sina läsare. Statistiskt sett torde alltså Aftonbladets läsare i större utsträckning vara drabbade av övervikt än dess »icke-läsare«.

Jag finner den största alarmeringen kring övervikt på tidningarnas debattsidor, framförallt i DN. Debattsidorna läses dock sällan av en bredare läsekrets utan främst av journalistkåren och eliten i samhället, det vill säga resursstarka grupper. Dessa är mindre drabbade av övervikt än samhällets resurssvaga, och därmed inte lika intressanta att försöka påverka ur ett folkhälsoperspektiv. Samtidigt kan man inte blunda för det faktum att dessa grupper är viktiga att påverka ur ett opinionsbildande och politiskt perspektiv eftersom de många gånger deltar i beslutsfattande processer om eventuella åtgärder. Utöver mediernas direkta effekter på sina publikationer har de alltså en viktig indirekt effekt eftersom de också påverkar den politiska dagordningen i samhället (jfr diskussionen om »agenda-setting« i kap. 2) (se även Yanovitzky, 2002).

Konstruktionen av övervikt i dagstidningarna

Genom användandet av olika »frames« (se kap. 2) gestaltar tidningarna övervikt på skilda sätt (t.ex. som ett fysiologiskt normaltillstånd, en sjukdom, ett ekonomiskt problem eller ett lyte). Härigenom frammanas hos läsaren olika associationer och sätt att betrakta övervikt men också de överviktiga. Medierna bidrar via sina »frames« till läsarens tolkning och förståelse av verkligheten.

Hur sker då konstruktionen av övervikt i dagspressen? Mitt svar på denna fråga är att övervikt konstrueras med hjälp av återkommande mönsterbildande ledmotiv (s.k. teman), metaforer, bildspråk och dikotomier samt framgångshistorien som en framträdande narrativ struktur i vilken den smala kroppen framställs som ideal. I det opinionsbildande materialet

konstrueras övervikt i termer av ohälsa och risk, vårdkostnader, ansvar och skuld. I det allmänna nyhetsmaterialet finner vi betydligt fler vinklingar. Här behandlas bland annat överviktens vetenskapliga definitioner, forskningens framsteg och teknikens löften, men också kommersiella dimensioner, kulturella skillnader, djur och natur, matens betydelse och genusaspekter.

I rapporteringen i sin helhet tycks två övergripande konstruktionssätt eller perspektiv på övervikt råda, nämligen övervikt som en *hälsorisk* respektive ett *kosmetiskt* problem. Övervikt gestaltat som en hälsorisk är den numerärt överlägsna representationen i textmaterialet. I nästan lika stor utsträckning definieras övervikt trots det som ett skönhetsproblem (se kap. 4). Det förra synsättet vädjar till förnuft och rationalitet, medan det senare i högre grad appellerar till känslor och affekter.

ÖVERVIKT SOM HÄLSORISK · När övervikt framställs som en hälsorisk är det ofta en bisak i rapporteringen och riskerar därmed att gå den ouppmärksamme läsaren förbi. Ämnet avhandlas i små artiklar eller omnämns i förbigående. Informationen som ges i samband härmed presenteras dessutom allt för ofta på ett svårtillgängligt eller obegripligt sätt. Den är späckad av facktermer och medicinsk jargong, abstrakta riskkalkyler på en makronivå och inte på en mer vardagsnära mikronivå, svårtolkade siffror och statistik samt motstridiga påståenden. Informationen är svår att förhålla sig till, svår att bedöma och använda sig av och läsaren får lite hjälp på vägen av journalisterna för att bringa ordning och värdera experternas budskap. När övervikt gestaltas som en hälsorisk framhålls många gånger fysisk aktivitet som lösningen på problemet, eller åtminstone som ett sätt att motarbeta det. Kosten tycks vara ett minerat område och förs inte lika starkt fram som en tänkbar lösning. Dominerande aktörer inom detta perspektiv är vanligtvis läkare eller andra representanter för medicinen samt forskare.

ÖVERVIKT SOM ETT KOSMETISKT DILEMMA · I kontrast till den medicinska och riskfokuserade rapportering står övervikt som ett kosmetiskt dilemma. Detta dilemma presenteras till skillnad från det andra perspektivet som huvudsak eller självbärande ämne i artiklarna. Om den förra konstruktionen av övervikt kan uppfattas som »hard news« så är denna konstruktion »soft news«. Det kosmetiska dilemman breder ut sig över flera tidningsspalter och sällskapas av uppseendeväckande rubriker samt illustrationer som

lockar till läsning. Artiklarna har ett större underhållningsvärde. Genom användande av hyperboler, en slagkraftig och ofta affektiv vokabulär samt dikotomier för att skapa intressanta kontraster och spänning ökar skribenterna möjligheten till att informationen inte bara uppmärksammas utan också memoreras. Därmed ökar också textens påverkanspotential (jfr t.ex. Van Dijk, 1988: 16). Innehållet i dessa artiklar kännetecknas många gånger av en beskrivande, okritisk och oreflekterad stil, ibland med en ironisk eller humoristisk underton. Ofta, dock inte alltid, består innehållet av information av låg eller tveksam kvalitet. Hälsa reduceras till en utseendefråga. Det kan därmed bli svårt att försöka hävda att det är ett samhällsproblem. I dessa sammanhang förs titt och tätt maten fram som ett »botemedel« mot övervikt. Äter man enligt de anvisningar och råd som frikostigt ges utlovas man bli både smal och vacker. Det talas om glykemiskt index och menyförslag och shoppinglistor presenteras. Det ordas också om fruktdieter, färgglad mat och vi uppmanas att äta mer fett.

När det gäller att föra fram övervikt som ett kosmetiskt problem är journalistkåren samt medborgarna själva dominerande aktörer. Här kommer framförallt de före detta överviktiga till tals, särskilt i de så kallade framgångshistorierna. Representationen av övervikt som ett skönhetslyte förekommer i samtliga dagstidningar som jag har studerat, men Aftonbladet är den tidning som ger denna representation mest utrymme.

METAFORER OCH LIKNELSER · Det förekommer rikligt med metaforer och liknelser i tidningarnas konstruktion av övervikt. Många av metaforerna är hämtade från manligt dominerade domäner. Samhällsfenomen som krig, idrottsutövning och tävlingar, naturkatastrofer, pestsjukdomar, brott- och kriminalitet, maskiner med mera utgör inspirationskälla. Metaforerna och liknelserna som förekommer i överviktsrapporteringen är dock inte unika för fenomenet övervikt utan används även i många andra kontexter. Det kan medföra att associationer och bibetydelser från andra sammanhang spiller över i detta sammanhang och ger upphov till »felaktiga« eller inte förutsedda konnotationer och föreställningar.

Att vara överviktig liknas vid en strid och en ständig kamp mot de överflödiga kilona. Kroppen utgör i denna konstruktion en fästning som har övermannats och intagits av fettceller varpå ett krig utbryter. Det talas också i rapporteringen om olika vapen i kampen mot fetman. Att gå ned i vikt liknas vid en resa och ger därmed en antydning om att viktnedgången för med

sig nya upplevelser, nya möten och bekantskaper. Att resa bort innebär många gånger också en flykt från vardagen, en önskan om att lämna det man har och söka något nytt, något bättre. På så vis associeras också övervikt med olycka, och en smal kropp tycks per automatik ge personlig lycka och framgång.

I de alarmerande texterna associeras den ökande andelen överviktiga i befolkningen med naturkatastrofer, och domedagsprofetior förs fram. Det sägs att vårt samhälle har »hemsökts« av övervikt och denna är ett tecken på att samhällskroppen är »sjuk«. En vanligt förekommande metafor i överviktsdiskursen är pest och den mer allmänna termen epidemi. Pest har länge använts som benämning på den högsta graden av kollektiv olycka, ondska och gissel, skriver Sontag (1988), men också som en generell benämning på skrämmande sjukdomar. Pest var huvudmetafor till exempel vid hiv-/aids-epidemins utbrott under 1980-talet, men har också använts för andra sjukdomar som exempelvis spetälska och syfilis. Uppenbarligen behöver inte en sjukdom uppfattas som en obarmhärtig mördare för att den ska betraktas som pestlik.

Trots den frekventa kopplingen mellan övervikt och epidemier så är övervikt *inte* som vilken epidemi som helst. Den uppstår eller drabbar inte människan över en dag och är inte heller så vitt vi vet smittsam. Överviktiga individer är inte heller smittbärare, även om de många gånger stigmatiseras på grund av sin vikt och behandlas som paria. Överviktens hälsokonsekvenser är inte heller omedelbart märkbara för den överviktige. Problemet upplevs därför troligen varken som särskilt akut eller ens hotfullt för den enskilde individen. Inte heller tycks problematiken engagera politiker lika starkt som andra epidemier och hälsoproblem till exempel drogmissbruk, aids och nu senast SARS (Svår akut respiratorisk sjukdom). Den fördröjda verkan av övervikt gör det också svårt att idag motivera individen till riskreducerande åtgärder, när konsekvenserna av ett osunt leverne kanske yttrar sig först om ett par år. Belöningen av ett riskreducerande handlande är dessutom abstrakt och svår att uppskatta. Ett riskreducerande handlande kan därmed kanske också uppfattas vara ett risktagande. Vi får helt enkelt leva i ovisshet (livet ut) kring huruvida en förändrad livsstil verkligen ger oss fler friska år eller inte (jfr Östberg, 2003).

Att likna övervikt (som man gör i flera av tidningsartiklarna) vid en epidemi vilseleder i viss mån läsaren och kan ge upphov till föreställningar och associationer som inte alltid har en motsvarighet i överviktsproblema-

tiken. Genom användandet av vissa metaforer, bildspråk och begrepp (kognitiva scheman) framför andra, leds våra tankar i en given riktning. Medierna kan på så vis forma, men också deformera våra föreställningar om världen vi lever i och i förlängningen vår kultur (jfr Van Dijk, 1988).

Rapportering full av motsägelser

Materialet kännetecknas av motsägelsefullheter av olika slag. Det är förvisso intressant ur ett diskursteoretiskt perspektiv att det finns olika berättelser och sätt att se på övervikt, men det kan skapa svårigheter för läsarna och göra dem rådvilla.

Det finns sålunda brist på överensstämmelse i frågan om hur pass farlig övervikt är, och diskussioner om det finns skäl för att alarmera kring övervikt eller inte. Ena dagen kan vi läsa om övervikt som senmodernitetens gissel, en farsot, ett hot mot inte bara Sveriges utan hela världens befolkning och hälsoutveckling. Vid ett annat tillfälle möts vi av rubriker som säger att det inte är övervikten i sig som är farlig utan det är våra otillräckliga motionsvanor som utgör ett hot mot hälsan. När vi slår upp tidningen en tredje gång kan vi konstatera att fetma faktiskt är bra för kroppen, då den motverkar benskörhet. Dessutom kan man dö inte bara av viktökning utan också av viktminskning. Det kan helt enkelt vara farligt att banta.

Jag finner också inkonsekvenser när det gäller att förklara övervikt och att motarbeta den. I somliga fall vurmas det för en genetisk förklaringsmodell, i vissa fall är det strukturella faktorer eller livsstilsfaktorer som orsakat övervikt. Ibland sägs individen ha förlorat kontrollen över sin kropp. Biologin har tagit över. Kroppens utveckling beskrivs som förprogrammerad och individen får helt enkelt finna sig i sin övervikt (jfr kroppen som biologi i kap. 1). Detta skapar en bild av människan som legitimt passiv. Att den enskilda människan på så vis frångår möjligheten att påverka sin situation innebär också att vi lägger hoppet om en lösning i andras händer. Som en bekräftelse härpå upprepas i rapporteringen: »Håll ut! Forskarna jobbar på att finna en lösning.« Överviktsproblematiken ska tydligen lösas med mediciner eller tekniska innovationer. Vi väntar andäktigt på ett mirakel.

I andra fall rapporteras det om betydelsen av att äta rätt mat och mindre mängder mat samt motionera regelbundet för att motverka övervikt och fetma. Vi uppmuntras sålunda till att ge oss in i olika kroppsprojekt. I dessa projekt tycks individen med ens få ett ökat handlingsutrymme. Målet synes dock vara att bli vacker snarare än frisk. Här styr inte generna på ett lika

förutbestämt sätt de fysiska förutsättningarna utan individens ambitioner och engagemang. Klyftan mellan den biologiska och kulturella synen (jfr kap. 1) på kroppen minskas därmed i dessa projekt. Här finns ett förhandlingsutrymme, en möjlighet att själv aktivt medverka och påverka kroppen.

I kontrast till budskapen som uppmanar oss att äta mindre står budskap som går hand i hand med livsmedelsindustrins önskningar, nämligen: konsumera mera! Frossa gärna och njut, ibland med brasklappen – med måtta. Vi ska tillåta oss hedonistiska inslag i våra liv, men det är bara en kalkylerad hedonism med asketiska drag som kan accepteras. Samtidigt ska vi inte behöva försaka något. Vi ska alltså både äta och behålla kakan.

Det finns också stridigheter när det gäller vem som bär ansvar i överviktsproblematiken. I vissa fall skuldbeläggs samhället, i andra fall den enskilda individen eller den överviktige själv, men det sistnämnda gäller bara den vuxna delen av befolkningen. Resonemanget om ett samhälleligt eller statligt ansvar gäller främst då övervikt definieras som ett hälsoproblem. Så fort övervikt övergår till att gestaltas som ett kosmetiskt dilemma är det betydligt enklare att ställa individen till svars för sin fysiska utveckling.

När det rapporteras om barn och ungas övervikt i tidningarna så framstår skolan som den främsta syndabocken. Skolorna påstås ha misskött sina förpliktelser när det gäller elevernas hälsa. Föräldrarna går därmed fria från ansvar ifråga om barnens eventuella övervikt. Jag finner dock också enstaka artiklar i materialet där föräldrar skuldbeläggs, som till exempel i fallet med den unga amerikanska flickan som dör av fetma hemma i sin säng, flera hundra kilo tung. I det fallet framställs inte bara offret utan också mamman som ett monster och mamman är i allra högsta grad skyldig.

Det uppstår också spänningar i materialet mellan de texter som framställer bantningens ständiga framgångar och fantastiska verkan och de artiklar som talar om bantningspreparat, olika medel och kurer som rena rama lurendrejeriverksamheten. Bantning tycks dock alltid vara lyckosam, såvida journalisterna inte väljer att lyfta fram misslyckanden. Det kan också tyckas paradoxalt att viktnedgång i tidningarna många gånger framställs som så enkelt och oproblemiskt (»det går som på räls«) eftersom den officiella överviktsstatistiken visar på något annat.

Jag finner också oförenligheter i det studerade artikelaterialet när det gäller normalviktens fiender. Är det fettet eller sockret, eller både och som är farligt och bör undvikas? I somliga fall lanseras fett som fienden. I andra fall är fettet snarare en vän och viktig beståndsdel i både bantningskurer och

vardagskosten. Ett aktuellt exempel är den slogan som en överläkare och medicinsk rådgivare åt sjukvårdsledningen i Västra Götalandsregionen, lanserade i januari 2004 i en debattartikel i DN: »Det är lika dumt att tro att man blir fet av att äta fett, som att tro att man blir grön av att äta grönsaker« (Enkvist, 2004). Vad ska man som läsare egentligen tro?

I denna korseld av budskap är det svårt för läsaren att förhålla sig till övervikt. Hon får ringa vägledning i sitt eget beslutsfattande och hälsoarbete. Materialet är så motsägelsefullt att individen kan fritt välja utifrån sina egna intressen, preferenser och förändringsbenägenhet de budskap som han eller hon ska ta till sig och vilka som ska lämnas därhän. Det finns i princip något för alla i rapporteringen. En tänkbar konsekvens av detta är att de redan sunda individerna uppmärksammar nyheter som bekräftar att de handlar rätt, medan de som har en mindre sund livsstil tar till sig budskap som ligger i linje med deras agerande och som bekräftar att deras levnadssätt inte är så farligt. I den mån människan inte kan handla inom den del av verkligheten som en artikel eller ett tema behandlar kan hon alltid försöka relatera den/det till andra näraliggande sammanhang och jämföra med sin egen situation. Handlingsmöjligheter kan på så vis bli föremål för omtolkningar och nya tillämpningar eftersom individen hela tiden strävar efter ordning, balans och mening i sitt liv. Man kan därmed också anta att individens hälso-beteende förändras ringa eller förblir status quo.

Människor låter sig inte helt okritiskt påverkas av olika larm och riskbudskap. Vi anser till exempel många gånger att medierna överdriver hälsolarmen. Upprepade varningar kan också ge upphov till en slags »vargenkommer-syndrom« och göra oss avtrubbade istället för alerta. En del läsare, inte alla, saknar också en överblick över rapporteringen, och en förmåga att kritiskt granska de fakta han eller hon ställs inför. Allmänhetens ibland bristande kunskap kan emellertid ses som pressens räddning, för tidningarna kan därmed fortsätta att servera motstridiga budskap. Detta kan på sikt leda till att såväl medieinstitutionen som aktörerna bakom de motsägelsefulla budskapen tappar allmänhetens förtroende.

Överviktiga stigmatiseras

Mediernas sätt att gestalta verkligheten har en styrande effekt på våra tankar och föreställningar. Vi lever och tolkar i stor utsträckning omgivningen och våra erfarenheter genom medierna och deras representationer (jfr diskussionen om medielogik och medieverklighet i kap. 2). I de studerade tidning-

arna reproduceras föreställningar om överviktiga som bland annat dumma, fula, naiva, lata och motbjudande. De negativa stereotyperna och föreställningarna om överviktiga kommer fram både på en manifest och på en latent nivå i texterna, bland såväl experter som lekmän. Övervikt liknas vid sopor. Kostnader för behandling av överviktiga beskrivs i termer av parasitering. Övervikten äter upp sjukvårdsbudgeten och de överviktiga äter ihjäl sig själva i sitt otyglade sökande efter njutning.

En anmärkningsvärd slutsats från min studie är att de *före detta* överviktiga individerna bidrar till den fortsatta stigmatiseringen av överviktiga. De en gång överviktiga intygar nämligen de överviktigas uselhet genom att med förakt och med känslor av äckel ta avstånd från sitt forna jag. Deras egen viktminskning är en slags uppenbarelse härom. Man kan fråga sig hur fördomar om överviktiga ska kunna motarbetas när till och med de före detta överviktiga så starkt visar avsky och förakt för överviktiga. Inte ens de som av egen erfarenhet vet hur det är att tillhöra de överviktigas krets visar dem sympati eller förståelse, utan snarare tvärtom. De beskriver sitt tidigare tjocka jag i samma språkdräkt som exempelvis en del representanter för journalistkåren gör, och på så vis skapas en språklig rundgång i artikeltexterna.

Överviktens genusdimensioner

En bild som framträder i rapporteringen, särskilt i Aftonbladets framgångshistorier, är att kvinnor går ned i vikt för sina mäns skull, medan männen går ned i vikt för sin egen skull och för sin hälsas skull. I kvinnans fall blir kroppen en viktig del i de sociala relationerna. Kvinnans kropp får sin betydelse i den sociala interaktionen. Mannens kropp är i större utsträckning än kvinnans kropp »privat« egendom. Den manliga kroppen har ett egenvärde oavsett omgivningens uppfattningar därom. Övervikt har således en tydlig genusdimension. För det första representeras övervikt huvudsakligen som ett kvinnligt problem, på såväl en manifest som på en latent nivå. För det andra gestaltas den kvinnliga och den manliga övervikten diametralt olika i texterna. Toleransen för övervikt varierar således beroende på vem som bär på den.

De överviktiga männen framställs över lag som sympatiska. De behöver vårt stöd och vår omtanke, eller som en folkhälsostateg sa till mig en gång vid ett informellt samtal: »Männen är många gånger hjälplösa när det gäller att ändra livsstil. Kvinnorna däremot är mycket bättre på att ta hand om sina

kroppar.« De överviktiga kvinnorna representeras som motbjudande. Det tycks helt i sin ordning att uttrycka äckel och avsky inför dem.

I artikeltexterna är de överviktiga kvinnorna skyldiga i betydligt större utsträckning än männen, inte bara till sin egen kroppsvikt utan även för kommande generationers vikt och kroppsliga föreställningar. Kvinnorna i rapporteringen framställs också ha så mycket mer än männen att vinna på en viktminskning. Den kvinnliga viktminskningen tycks nämligen förändra hela kvinnans existens, medan mannen »bara« känner sig lite piggare och friskare. Därmed blir kroppsprojekt så mycket väsentligare för kvinnor än för män. Dessa mycket vinklade gestaltningar av kvinnors respektive mäns övervikt kan ge upphov till både vanföreställningar och fördomar hos läsarna.

Därtill representeras kvinnorna och männen i texterna på ett stereotyp men också förlegat sätt. Kvinnan kopplas till den privata sfären med ansvar för hem, barn, uppfostran, släktrationer, familjens dagliga kostintag samt mannens trivsel och välmående. Männens ansvar och engagemang går inte i hemmets riktning utan männen blickar istället utåt mot det offentliga, det vill säga arbetslivet, kollegor och kamratumgänge. På så vis bidrar dagspressen till att den etablerade könsordningen lever vidare.

Stinson (2001) menar att enbart på ett område har kvinnor tillåtits (och till och med förväntats) att utöva makt och kontroll, och det är ifråga om kroppens fysiska utseende, närmare bestämt kroppsvikten. Andra sätt eller vägar för maktutövning har varit om inte stängda så starkt begränsade. Kanske är det just på grund av detta implicita maktmonopol som kvinnans misslyckanden att hålla vikten bedöms i så hårda ordalag jämfört med mannens misslyckanden.

Viktkontroll kan tyckas vara en enkel utväg för effektiv kvinnlig maktutövning, men denna makt är bara skenbar. Makten över kroppen och så kallade kroppsliga praktiker ligger inte självklart i den enskilda kvinnans händer. Makten över kroppen konstitueras och reproduceras på olika nivåer i samhället och i en mängd olika sammanhang och institutioner där männen många gånger dominerar (t. ex. politiken, vetenskapen, juridiken, medierna, familjen). Allt detta väcker ett antal frågor: Om övervikt i större utsträckning definierades som ett manligt problem skulle problematiken därmed få en annan position på medieagendan och på den politiska agendan? Hade vi sett ett annat politiskt intresse för överviktsproblematiken om det inte så starkt förknippades med kvinnors välmående och lycka, och om

det inte så ofta definierades som ett kosmetiskt lyte i medierna? Eller är det så att det är de sociala skillnaderna som gör övervikt till en så brännbar politisk fråga att ingen vill ta i den? För nog är det anmärkningsvärt att i de studerade tidningarna uttalar sig skådespelare och musiker oftare i överviktsfrågan än våra folkvalda politiker, beslutsfattare och hälsovårdande myndigheter. Vad beror det på? Är det för att de senare inte är intresserade av frågan eller för att reportrarna bedömer de tidigare aktörerna som mer intressanta för läsarna? Ett tydligare medialt fokus på manlig övervikt och fetma skulle måhända kunna bidra till att överviktsproblematiken finge en annan status i debatten – inte bara i ord utan också i handling.

Underhållning och information

Läsare har olika behov av information och utbudet kan användas på olika sätt. Det är dock också viktigt att inse att även om tidningarna följer den bästa tänkbara vägen i sin rapportering så finns det inga garantier för framgångsrik kommunikation. Det är svårt att förutse hur en läsare när det kommer till kritan använder sig av ett givet medieinnehåll. Hinder som exempelvis bristande förkunskaper, intresse och begriplighet kan göra att läsaren inte kan tillgodogöra sig innehållet. Av avgörande betydelse är också läsarens förhandsinställning till texten. Är han eller hon inställd på att inhämta objektiv information om övervikt och fetma som kan förvandlas till kunskap och förståelse av världen och den personliga situationen, eller tar hon sig an texten för att underhållas och få en slags inre subjektiv upplevelse?

Beroende på läsarens förhållande till texten men också textens gestaltungsdimensioner kan läsningen falla olika ut och ge olika läsoplevelser (jfr Dahlgren, 1992). Den som är inställd på avkoppling och underhållning är kanske mer öppen i sina tankebanor och uppmärksammar därför andra ting än den som söker information. Sensationella rubriker och illustrationer kan på så vis locka läsare att ta del av ett innehåll som de annars inte skulle intresserat sig för eller ansett viktigt. Men de kan också försvåra för de läsare som medvetet och aktivt söker för dem viktig information. Beroende på vad läsaren för med sig i mötet med texten i form av kunskaper och personliga erfarenheter uppstår också olika möjligheter att bearbeta och förstå en text.

Journalister arbetar under stor tidspress. Det kan ibland vara ett hinder för att de på djupet ska kunna analysera och reflektera över innebörden i den många gånger komplexa informationen om övervikt som de ska förmedla.

Häri ligger en del av problematiken. Läsaren behöver emellanåt en kommentar, en värdering eller annan hjälp på vägen för att kunna tolka, förstå och använda den förmedlade informationen. Vardagens problem löses många gånger med sunt förnuft inte med vetenskapliga resonemang. Eftersom vardagen är det viktigaste sammanhanget för att bilda verklighetsuppfattningar så ligger det på dagspressen att tala till läsaren och informera denne på ett sätt som är relevant för meningsproduktion i ett givet ämne. Den motsägelsefulla rapporteringen kan därmed vara kontraproduktiv. Den kan vara av ondo, men faktiskt också av godo. Det hör till god journalistik (balanskriteriet) att reportrarna visar på att det finns en åsiktsmångfald och att det förekommer vetenskapliga kontroverser, men läsaren förväntar sig också klara besked och tydliga rekommendationer, vilka tyvärr ibland uteblir.

De så kallade framgångshistorierna har också både goda och dåliga sidor för läsoplevelsen och meningsproduktionen. Jag tror dock inte att journalisterna överhuvudtaget har reflekterat över att framgångshistorier kan bidra till att stigmatisera överviktiga. Det samma gäller historiernas vinklade genusrepresentation, det vill säga att framgångshistorierna bidrar till att sedimentera den etablerade könsordningen. Samtidigt kan man inte blunda för deras underhållningsvärde, deras eskapistiska funktion och det faktum att de goda exemplen som lyfts fram i dem också kan generera handlingsutlösande impulser hos människor och få dem att ta tag i sina viktproblem.

Underhållning (»entertainment«) behöver alltså inte vara sämre än nyhetsjournalistik (»news«) när det gäller att förmedla hälso- och riskinformation till allmänheten. Forskning (se t.ex. Snyder & Rouse, 1995) har till och med visat att livfulla och dramatiska medieformat (t.ex. musikvideos, talk shows, dramatiska/sensationella nyheter) ökar möjligheten att påverka den personliga riskuppfattningen och därmed chanserna till att frambringa beteendeförändringar. Underhållande format fungerar dock olika på olika individer, vilket också framgån timer i diskussionen. Studier har visat att det är framförallt lågutbildade som påverkas av underhållande hälsoriskbudskap. Man kan därför tänka sig att Aftonbladets livfulla och sensationella rapportering om övervikt, trots den kritik som riktats mot den, kan ha stor betydelse för hur tidningens läsare ser på övervikt och upplever den personliga risken för övervikt. Det blir därmed också viktigt att Aftonbladets rapportering verkligen håller en god kvalitet och är användbar.

En intressant och relevant fråga vörd att utforska ytterligare är hur olika individer använder informationen i dagspressen. Vilka artiklar används av vem och för vilka ändamål? I denna studie kan jag bara dra slutsatser om utbudets möjliga konsekvenser. Det krävs dock mer forskning för att vi ska få fram säkrare kunskap.

Aktörerna

De aktörer som dominerar rapporteringen är journalisterna själva samt medicinare och vetenskapsmän. Även om det förekommer många motsägelsefulla budskap i materialet så framstår läkarkåren som en förhållandevis enig grupp. Medicinerna tycks exempelvis stå eniga bakom den evolutionistiska (genetiska) förklaringsmodellen till övervikt. Synen inom läkarkåren behöver dock inte vara så enig som den ibland framställs i medierna. Det kan vara tidningarnas sätt att vinkla frågan. Vetenskaplig konsensus konstrueras i tidningarna genom att vissa uppfattningar ges tyngd och tillåts dominera medan andra marginaliseras. Vissa läkare eller forskare etableras på så vis som mer trovärdiga, och andra släpps sällan eller aldrig fram. Trovärdigheten kan också betraktas som ett kapital som forskarna är beroende av för att i sin tur kunna investera i prestige, teknik och arbetskraft inför nya forskningsprojekt, vilka i sin tur ger mer »kapital« (jfr Finer, 1998). På så vis kan mediernas val av källor också vara av betydelse för forskarsamhället.

Somliga källor har lärt sig journalisters arbets- och uttrycksätt och är därför mer medialt gångbara än andra. Att överviktsexperten Rössner förekommer så ofta i rapporteringen kan kanske förklaras med att journalister förstår vad han säger. Till skillnad från många andra experter uttrycker han sig begripligt. I en artikel i *Medikament* beskriver Rössner hur samarbetet mellan läkare–forskare–journalister har förändrats över tiden (Rössner, 2000). Han menar bland annat att många medicinska journalister är duktiga men för goda vänner med läkarna. Han menar också att läkarna har lärt sig att kommunicera mer effektivt med journalisterna och att journalisterna i allt större utsträckning kan använda medicinarnas pressinformation rakt av utan större omarbetning, vilket han ser som en klar fördel. Att journalisterna därmed reduceras till att bli medicinarnas megafoner är inget Rössner reflekterar över. Jag tror dock inte att problemet och bristerna när det gäller rapporteringen om övervikt ligger på de medicinska journalisterna utan kanske snarare på det stora antalet allmänreportrar som behandlar ämnet, men som saknar kompetens att bedöma det. Självklart måste man också

fråga sig om brister i journalistiken är ett problem på individnivå eller om det snarare kan förklaras av strukturella faktorer bortom den enskilde reporterens kontroll. Jag återkommer till detta nedan.

Jag vill påstå att i de studerade tidningarna är det medicinsk expertis som »äger« överviktsfrågan. Medicinarna och forskarna har påtagit sig rollen som detektiver och undergörare. Roller som välvilligt backas upp, påhejas och förstärks av journalistkåren, men också läkemedelsindustrin. Att medicinarna påtagit sig denna roll kan också vara en förklaring till att andra aktörer håller en låg profil i diskussionen om att finna lösningar, och i diskussionen om vem som faktiskt bär ansvar. Exempelvis tycks inte livsmedelsindustrin aktivt delta i opinionsbildningen kring övervikt i de medier jag har undersökt. Den driver ingen egen fråga när det gäller kostens eller måltidssammansättningens betydelse för uppkomsten av övervikt. Den påtar sig ingen skuld i frågan. Den ställs inte heller till svars av journalistkåren för människors ohälsa och avkrävs därmed inte ansvar (jfr Nestle, 2002).¹ Det gör å andra sidan inte heller Statens folkhälsoinstitut², inte heller Livsmedelsverket eller andra hälsovårdande samhällsinstitutioner. Faktum är att budskapen i de studerade medierna går snarare hand i hand med än mot livsmedelsindustrins intressen.

Att journalister är en så framträdande aktör kan vara en förklaring till att skönhetsvinklingen på övervikt får förhållandevis stort utrymme. Övervikt som kosmetiskt dilemma utgör nämligen en innehållskategori som säljer. Vi ser exempel på detta framförallt i Aftonbladets rapportering. Att det huvudsakligen är journalister som uttalar sig när det gäller övervikt pekar också på att ämnet inte har klättrat upp på den politiska agendan under den tidsperiod som undersökningen sträcker sig. Att Livsmedelsverket och Statens folkhälsoinstitut i november 2003 fick regeringens uppdrag att ta fram underlag till en nationell handlingsplan mot fetma (Johansson, Nykvist, Östros & Sommestad, 2003; Livsmedelsverket, 2003) talar emellertid för att

1. Detta är intressant eftersom vi samtidigt vet att livsmedelsindustrin med stor kraft försöker (dock på ett för allmänheten dolt sätt) påverka politiker, myndigheter, medier och i förlängningen medborgare genom skickliga lobbyister och PR-konsulter. Genom detta, till stora delar osynliga, opinionsarbete driver livsmedelsproducenterna utvecklingen av nya livsmedel och konsumtionsvanor i en för industrin gynnsam riktning. För en utförligare diskussion se Nestles (2002) mycket omtalade verk *Food Politics*, i vilket hon visar hur livsmedelsindustrin inverkar på människors kostvanor och hälsa.

2. Folkhälsoinstitutet omorganiserades under 2001 och bytte samtidigt namn till Statens folkhälsoinstitut.

frågan kanske håller på att få en annan politisk dignitet. Vad planen kommer att medföra får dock framtiden utvisa.

DET KRÄVS TVÅ FÖR EN TANGO · Vad som är viktigt att föra fram är att *både* medicinare och journalister har ett ansvar när det gäller att informera om övervikt och dess risker. Båda har en pedagogisk roll att leva upp till. Min studie visar dock att de två i viss mån misslyckas i denna pedagogiska gärning. Bägge parterna misslyckas med att formulera begripliga och för individen (lekmannen) relevanta och användbara budskap. Medicinarna vänder sig i allt för stor utsträckning till en redan initierad krets och uttrycker sig på ett abstrakt och svårigenomträngligt fikonspråk. De tycks i somliga fall mer intresserade av att markera sin position inom sitt eget skrå och sin egen disciplin än att upplysa allmänheten. Statsvetaren Brink Lund är också kritisk till medicinarnas sätt att informera allmänheten. Han angriper dock läkarkåren för att ha avhänt sig plikten att driva folkhälsofrågor då det inte anses tillräckligt prestigefyllt att delta i den offentliga debatten. Om inte läkarna antar utmaningen finns det en risk för att den går till andra grupper, varnar han (se Finer, 1998).

Journalisterna å sin sida tycks allt för ofta glömma sin granskande roll i strävan efter att popularisera och skapa säljande nyheter, eller så saknar de kompetensen att översätta experternas utsagor till begriplig svenska. Det finns flera studier (Brown, Chapman & Lupton, 1996; Finer, Tomson & Björkman, 1997; Berger, 1998; Fong, 1999) som pekar på journalisters bristande förmåga när det gäller att förmedla forskningsinformation och riskinformation. En del journalister saknar exempelvis förmågan att skilja på frekvenser och proportioner, vilket kan leda till direkt felaktiga slutsatser (Berger, 1998).¹ Problemet med bristande kompetens gäller troligen främst allmänreportrarna, som förväntas kunna rapportera om så vitt skilda ting som kommunangelägenheter, brott och nutritionsfrågor. Brink Lund kritiserar dock också dagspressjournalister för att ha övertagit veckopressens berättelsemodeller istället för att försöka komplettera teveapparaternas fragmentariska världsbild. Medier är över lag inte särskilt kritiska till läkarna och deras gärningar. En undersökning (Finer, 1998) har visat att andelen kritisk journalistik i dansk press ligger på samma nivå under hela efterkrigstiden. Litet talar för att det skulle se annorlunda ut i svensk dagspress.

1. Antalet drabbade, dvs. frekvensen, kan exempelvis öka utan att andelen (proportionen) drabbade i befolkningen nödvändigtvis ökar.

Modern journalistik utger sig för att vara kritisk men är i själva verket okritiskt kritisk, och kritisk journalistik bara en förskönande omskrivning för källberoende. (Finer, 1998: 414)

Min studie ger inte svar på huruvida journalisternas granskande roll glöms bort för att de är för goda vänner med läkarna (se Rössner ovan), för att de har svårt att bedöma läkarnas information eller på grund av andra skäl. Vad som emellertid framgår är att journalistikens krav på sanning och relevans är lättare att formulera än att alltid leva upp till. Jag finner flera artiklar, i synnerhet i Aftonbladet, där det finns fog för att framförallt ifrågasätta relevanskriteriet (huruvida allmänheten verkligen har nytta av att få veta nyheten), men också i vissa fall sanningskriteriet.

Massmediernas roll i samhället och människors förtroende för dem ställer också krav på dem. Att förmedla så sanningsenliga beskrivningar som möjligt av verkligheten är journalistikens viktigaste uppgift för att människor fritt ska kunna ta ställning i olika samhällsfrågor. I princip ska journalistiken vara »sann i varje detalj« (Guillou, 2003).¹ De krav vi kan ställa på nyhetsrapporteringen är också att den ska vara korrekt och allsidig. Journalister ska vara kritiska mot sina källor. De ska kontrollera sakuppgifter och läsaren ska kunna skilja mellan beskrivningar och tolkningar. Om journalistiken inte lyckas leva upp till dessa krav ska den snarare gå under benämningen »pseudojournalistik«, menar medieforskaren och föreståndaren för Demokratiinstitutet Jesper Strömbäck (2003).

Jag menar att överviktsproblematiken är ett alldeles för allvarligt hälsoproblem för att behandlas så som det görs i dagstidningarna. Här finns med andra ord en tydlig kommunikativ utmaning. Frågan är om någon och i så fall vem som kommer att anta den. Det krävs dock två för en tango, som rubriken för detta avsnitt lyder. Den syftar på att det inte bara är journalisterna som måste försöka bättra sig utan också medicinarna. Det finns de som menar att läkarna och forskarna är de som måste ändra sig mest (jfr Fong, 1999). De måste bli betydligt bättre på att formulera sig begripligt och de måste lära sig hur medierna fungerar och hur de värderar nyheter.

EN BAKBUNDEN JOURNALISTKÅR? · Det är inte ofta som forskning resulterar i att journalistiken lovordas. Kritiken är tyvärr många gånger befogad, i

1. Guillou skrev detta i ett inlägg på kultursidorna i Sydsvenska Dagbladet, i september 2003, apropå journalisten Åsne Seierstads mycket omdiskuterade bok *Bokhandlaren i Kabul*, för att tydliggöra skillnaden mellan journalistik och litteratur.

synnerhet då den bygger på systematisk granskning, menar Dahlgren (1992). Det är dock viktigt att kritiken balanseras och ger utrymme för reflektioner kring hur det kommer sig att journalistiken ser ut som den gör, och om den egentligen hade kunnat se annorlunda ut. Det innebär också att man lyfter fram och beaktar de villkor som reportrarna arbetar under. Arbetsvillkoren skiljer sig markant från forskarnas, inte minst vad gäller tidshorisonter och deadlines utan också ifråga om målsättningar och uttrycksätt.

Journalistiken om övervikt och fetma befinner sig i ett spänningsfält mellan hälso-/riskinformation och underhållning. Naturligtvis måste journalistikens kärna vara korrekt och begriplig information, men kanske måste vi ha mer realistiska eller måttliga förväntningar på vad den kan frambringa.

Journalister har ett individuellt ansvar för sina produkter, men dagspressen som helhet (egentligen hela mediebranschen) har också ett ansvar – ett kollektivt ansvar. Journalister är på så vis inte oskyldiga, men de styrs av vissa arbetsvillkor och ekonomiska principer som många gånger begränsar deras möjligheter att bedriva den goda journalistiken. Kraven på effektivitet och ökad produktion under stor tidspress (se diskussionen om det ekonomiska imperativet i kap. 2), ger upphov till en journalistik som vi inte alltid finner önskvärd. Den kännetecknas av bland annat källberoende, standardisering, förenkling, vinkling och sensationalism; drag som vi kan se spår av i de studerade texterna. Den anorektiska redaktionen och textfabriken har blivit vanligt förekommande beskrivningar av nyhetsorganisationen. Samtidigt kan man inte bortse från att det på varje tidning finns en ansvarig utgivare som godtar och bär ansvaret för både redaktionens egna produkter och utomstående debattörers publicerade bidrag.

Det finns alltid utrymme för förbättringar. På vissa punkter vore en ändring önskvärd. Det gäller till exempel journalisternas tendens att okritiskt återge medicinsk information, men också ifråga om hur övervikt representeras. Bakom humor och ironi döljer sig ofta »sanningar«. Genom journalisternas oreflekterade användning av vissa liknelser och uttryck, men också med humor och ironi bekräftas fördomar och stereotypa framställningar. Det vore önskvärt att reportrar i större utsträckning gavs möjlighet (t.ex. genom fortbildning, deltagande i seminarier eller internt initierade diskussioner) att reflektera över sitt sätt att gestalta och rapportera om övervikt och de överviktiga, men också andra delar av verkligheten, för att undvika att falla in i standardiserade format och stereotyper. För att undvika

att sätta sig till doms över journalistkåren och resa omöjliga krav på korrektion måste dock varje diskussion om journalistikens roll och ansvar samt ropen på bättring ta sin utgångspunkt i de produktionsvillkor som idag gäller på redaktionerna.

Dagstidningen i den samhälleliga hälsokommunikationen

Måhända har jag här målat upp en ganska negativ bild av dagspressens rapportering om övervikt. Allt är dock inte nattsvart. Självklart rymmer utbudet både god och dålig journalistik, men tyvärr är det den senare som ger undersökningen dess eftersmak. Morgonpressens rapportering synes relevant men svårtillgänglig, och kvällspressens (här Aftonbladets) rapportering tycks mindre relevant, ibland till och med oseriös, men kanske underhållande.

Mediernas makt ska inte underskattas, men inte heller överdrivas. Medierna är en av flera aktörer på opinionsmarknaden. Viktigt att hålla i minnet är dock att allmänheten inte är helt utlämnad till bara dagstidningarnas version av verkligheten. Vi har ett rikare och mer mångfacetterat medielandskap än någonsin, men kanske också ett mer komplext och svåröverblickbart landskap. Utbudet är således rikligt och kompletteras dessutom av andra socialisationsagenter och personliga kommunikationskanaler när åsikter ska formeras och beslut tas.

I kommunikationsflödet står sig dock dagstidningen, såväl vad avser allmänhetens förtroende som i opinionsbildningen. Dagstidningarna fungerar fortfarande i stor utsträckning som kompasser och anger riktning för hur vi ska orientera oss i tillvaron. Om vi är missnöjda med hur de rapporterar och informerar oss om övervikt måste vi fråga oss: Vem kan göra det bättre? Vem är villig att anta utmaningen? Vem bör ta på sig ansvaret för att på ett korrekt, begripligt och relevant sätt kommunicera till medborgarna om en hälsorisk som övervikt? Ska vi acceptera dagspressens budskap? Är de goda nog? Ska livsmedelsindustrins marknadsföring och reklam stå oemotsagd? Bör hälsovårdande myndigheter – och i så fall vilka – i större utsträckning intressera sig för frågan?

Hos vem ligger ansvaret?

I de studerade tidningarna framställs myndigheters hälsokommunikation ibland på ett negativt sätt. Somliga journalister tycks anse att övervikt är allt

annat än ett informations- eller kunskapsproblem; vi blir/är inte överviktiga på grund av att vi saknar väsentlig kunskap. Statligt initierade informationsinsatser och kampanjer framstår då som resursslöseri. Samtidigt tar journalisterna på sig rollen som ett slags alternativa upplysare, då de frikostigt förmedlar hälsoråd och kostanvisningar av ibland tvivelaktig kvalitet till sina läsare. Undersökningar har visat att när det gäller information om hälsa och kostfrågor har allmänheten absolut störst förtroende för aktörer som hälsopraktiker och myndigheter (de Almeida, m.fl., 1997). Anmärkningsvärt nog är det inte från dessa aktörer som allmänheten väljer att inhämta sin information. Huruvida det beror på att dessa aktörer inte får något medieutrymme eller på att de är för passiva, osynliga, otydliga eller obegripliga i den samhälleliga hälso- och riskkommunikationen låter jag vara osagt. Men finns det ingen tydlig hemvist för informationsansvaret så hamnar det på mediernas bord.

Frågan om hälsovårdande myndigheters kommunikationsansvar får anses särskilt viktig med tanke på omorganisationen av Folkhälsoinstitutet år 2001. Den medförde nämligen en lägre prioritering av samhälleliga hälsokommunikationsinsatser. Den nya organisationen, med det snarlika namnet, Statens folkhälsoinstitut, ska emellertid inte likt Folkhälsoinstitutet initiera kommunikationsinsatser eller någon form av attitydpåverkande verksamhet. Såvida regeringen inte i speciella fall ger institutet i uppdrag att genomföra sådana aktiviteter. Ansvar för hälsokommunikationen med medborgarna överfördes istället under 2001 till andra aktörer («andra» myndigheter, kommuner, frivilligorganisationer, landsting, regering). Detta innebär att kommuner och landsting i betydligt större utsträckning än tidigare förväntas göra insatser för det regionala och lokala folkhälsoarbetet (Vassilaros, 2001). Jag ser dock en risk för att informationsinsatser hamnar mellan olika stolar, att dubbelarbete uppstår på grund av att det på regional och lokal nivå saknas kompetens för att driva aktiv opinionsbildning i hälsofrågor, och för att medierna får allt för fria tyglar när det gäller att skapa opinion i hälsofrågor utan tydligt profilerade hälsokommunikatörer.

Kommunikation som styrmedel

Något intressant som framkommit i studien är alla de medborgare, tillika före detta överviktiga, som i tidningsartiklarna vittnar om den okunskap de levde i som överviktiga. En efter en intygar de hur godtrogna de varit. De

hade nämligen ingen aning om hur fel de åt eller hur osunt de levde. Detta tyder antingen på förträgningsmekanismer och ett starkt självförsvar hos den enskilda individen eller på att det fortfarande finns människor som saknar relevant kunskap, vilket kanske hindrar dem från att fatta informerade och avgörande beslut för sin hälsa.

Östberg (2003) presenterar i sin avhandling *What's Eating the Eater?* en något klugen inställning till informationens roll när det gäller att påverka individers val av kost och livsstil. Östberg skriver:

...consumers are highly inclined to absorb vast amounts of information and reflexively use it organizing their everyday consumption activities. It would be unwise then to suggest that information campaigns by public policy makers are meaningless. The connection between the communicated information and the resulting consumption practices are far less linear and more ambivalent, however, than what the logic of consumers as rational decision makers in the spirit of Homo Economicus would suggest. (Östberg, 2003: 224)

Det finns en tilltro till kommunikationens möjligheter hos såväl forskare som praktiker, även om tron allt mer kommit att ersättas av förhoppningar snarare än en övertygelse. Fortfarande utgår dock många kommunikationsinsatser från en för enkel och rationell syn på individen både som informationsmottagare och som konsument (jfr inledningskapitlet till denna avhandling). Östberg fortsätter i sin avhandling i en något mer pessimistisk ton:

It is unlikely that the most cunning information campaign, no matter how intriguing the framing may be, will be able to change consumers much more than previous health campaigns [...] the crux of the matter is ... that the potential long-term gratification of consuming what various expert groups deem healthy does not stand a chance against the assured short-term gratification of polishing off yet another Big Mac. (a.a.: 224)

Kommunikation är ett svagt styrmedel och behöver ofta kompletteras av andra åtgärder. Men det finns också forskning som visar på framgångsrika exempel inom hälsoområdet (se t.ex. Windahl & Signitzer, 1992; Nariman, 1993; Maibach & Parrott, 1995; Snyder & Rouse, 1995; Rice & Atkin, 2001). Ibland kan det också vara så att det inte finns alternativa vägar att gå. Kommunikativa styrmedel är dessutom många gånger att föredra eftersom de till skillnad från till exempel administrativa styrmedel bygger på frivillighet, vilket innebär att individens integritet och valfrihet beaktas. Ofta är det mer samhällsekonomiskt försvarbart att förebygga och förhindra uppkom-

sten av ohälsa och sjukdom än att i efterhand vårda eller bota den. I ett sådant arbete är kontinuerlig hälsokommunikation med medborgarna en viktig del. Men man måste vara medveten om att det inte är lika enkelt att förändra inbitna vanor och attityder som att få människor att pröva en ny tandkräm eller läskedryck när de går och handlar. Forskning visar dock att nyhetsrapportering om hälsorisker är ett kostnadseffektivt sätt att främja hälsobeteendeförändringar.

News coverage not only increases the likelihood of individual exposure to health messages but is also likely to influence behavior indirectly by facilitating processes of social and cultural change. (Yanovitzky, 2002: 350)

Kommunikationsinsatser anklagas titt och tätt för att inte vara kostnadseffektiva. Ett intressant exempel som sätter hälsokampanjer i ett lite vidare perspektiv är det som Palm och Hedin (2001) refererar till då de diskuterar kampanjers ekonomiska avkastning. Vägverket lär ha räknat fram värdet på ett förlorat människoliv till 14 miljoner kronor. Hur det gått till framgår inte och självfallet kan man fråga sig huruvida det överhuvudtaget är möjligt att värdera ett människoliv i pengar. Dyliga resonemang kan tyckas härresande för den enskilda individen, men är inte helt obekanta för statens finansmän. Den offentliga verksamheten bygger på att vi hjälps åt med att betala för gemensamma angelägenheter (t.ex. skola, vård och vägar). Varje förlorat människoliv blir i den offentliga budgeten det samma som förlorade skatteintäkter. Staten räknar nämligen med att vi ska bidra med en viss summa pengar under vår sammanlagda livstid. På så vis kan man »värdera« varje medborgares liv. Det viktiga här är dock inte huruvida det beräknade värdet på ett människoliv är rimligt eller inte. Det jag vill visa är att en kommunikationsinsats kan vara kostnadseffektiv om så bara ett fåtal människor påverkas i önskad riktning. För givet att denna prislapp på en kommunikationsinsats accepteras så skulle kommunikationsinsatsen gå jämt ut om så bara *ett* enda liv räddas. Detta resonemang kan överföras till andra sammanhang och kommunikationsinsatser. Man kan exempelvis försöka uppskatta värdet av att en enda överviktig person går ned i vikt eller att en enda individ förblir normalviktig under hela sin livstid.

Jag vill inte påstå att övervikt är ett renodlat informationsproblem. Jag tror dock att information och kommunikation kring övervikt (och dess risker) är en viktig del i att motarbeta den. Jag är också övertygad om att medierna har en central roll i detta arbete. Deras rapportering har betydelse

för hur vi uppfattar övervikt och de överviktiga. Journalister och medicinare måste i större utsträckning ta sitt ansvar när det gäller att informera befolkningen om övervikt. Hälsokommunikatörerna och de hälsovårdande myndigheterna måste å sin sida också vara mer aktiva i denna fråga, men också medvetna om mediernas mekanismer och konkurrerande budskap. Om inga tydliga alternativa informationskällor finns kommer journalistkårens (eller de aktörer och sociala eliter som verkar via medierna) sätt att gestalta övervikt att bli det giltiga.

Som rubriken till innevarande kapitel antyder återstår mycket att säga om övervikt. Övervikt och fetma är ämnen som berör, men också upprör många. Det är ämnen kringgåddade av frågor om moral och etik, vilket gör dem kontroversiella men också intressanta och relevanta att diskutera. Min studie har förvisso gett svar på några frågor, men många återstår att besvara. En del av dessa frågor har ställts i diskussionen ovan. Jag ser en intressant och betydelsefull utmaning i att gå vidare och studera framförallt allmänhetens föreställningar om övervikt. Frågor som vore relevanta att besvara är bland annat hur individen begripliggör och använder olika slags medierade budskap om övervikt (kropp och hälsa) för att dels förhålla sig till hälsorisken övervikt, dels utarbeta strategier för handlande. Finner man spår av mediernas sätt att tala om övervikt i medborgarnas sätt att kommunicera och begripliggöra övervikt, och hur kommer i så fall dessa spår till uttryck? En lika intressant och relevant forskningsuppgift vore att studera andra medierade budskap om övervikt än dagspressens, för att få kunskap om i vilken utsträckning dessa »alternativa« texter överensstämmer med eller avviker från dem som undersökts inom ramen för denna avhandling.

Summary

IN SWEDEN MORE than one third of the population is estimated to be overweight (SCB, 2002). The prevalence of overweight and obesity, not least among children and adolescents, is rising each year not only on a national but also on a global level. Numerous analyses of weight as a public health problem claim that there is an “epidemic” of overweight spreading like a “prairie fire” across the nations. Some experts even state that overweight is now a more serious health problem than malnutrition (Sjöblom, 2000). The future scenario is troublesome. People will die in large numbers – they already do – of coronary heart disease, diabetes (type II), stroke and cancer as a consequence of being too heavy. People do not only suffer medically from obesity but also psychologically and socially (SBU, 2002). Overweight and obesity contribute on top of that to increased health care costs, thereby becoming an issue for everyone, overweight or not.

Social institutions are important forces that shape the way society deals with different problems, including health risks and issues such as body weight. In this setting the media has a considerable role to play. In late modernity the media are among the most important social institutions in influencing people’s knowledge, perceptions and actions. The media provide citizens with health messages and contribute thereby to their health development. It is consequently important to study the media as a significant social institution and in this specific case the media’s representations of the issue of overweight, since these ideas may have a considerable impact on society. This dissertation is accordingly a study of the media and overweight, more precisely a study of how daily newspapers represent overweight and people being overweight.

Research perspective and theoretical framework

When it comes to theory of science this dissertation is located in the field of realism. Realism informs much of the current media and communication research as it presents itself as a likely candidate for a framework within which convergence between the positions of logical empiricism and constructivist perspectivism may proceed (cf. Jensen Bruhn, 2002). This means that instead of engaging in conflict over a singular definition of the empirical domain, several perspectives and methodologies are taken advantage of in order to document various aspects of mediated communication. A realist position also entails a recognition of the importance and the need for, on the one hand the cultural (“meaning”) perspective, and on the other hand the transmission (“information”) perspective of communication (Carey, 1989; Dahlgren, 1998).

A multi-disciplinary approach has been chosen for the study. Theories and concepts are procured from four separate areas of research: *consumption*, *bodily issues*, *risks* and *media and journalism*. Not too many words will be spent on the specific theoretical approaches chosen, but a few of the major sources of inspiration and influence will be mentioned. In chapter one, *Consumption and the Body*, Bourdieu (1984), Bocoock (1993), Corrigan (1997), Slater (1997) and Miles (1998) are used to sketch late modernity and some of its important traits: mass consumption, consumerism, reflexive identities, the cult of the self and the slender body. In the following discussion of our understanding of the body (as biology and as a social construction) Turner (1984, 1991), Featherstone (1991), Frank (1991), and Shilling (1993) are referred to first and foremost, as well as sources such as Foucault, Goffman and Butler. In chapter two, *Risk society and the Media*, different topics are reflected upon, such as: the media’s role in risk society, the concept of risk, risk awareness, risk communication, journalism (responsibility and dilemmas in risk society), agenda-setting, framing, media logic and its consequences. This is done using several Swedish sources: Petersson and Carlberg (1990), Nohrstedt, (1993) Jarlbro (1993, 1994, 1998, 1999), Ekström and Nohrstedt (1996), and Hultén (1993, 1999) among others, but also international ones such as Beck (1992), Giddens (1996), Lupton (1999), Dearing and Rogers (1996), Thompson (1995), Altheide and Snow (1979, 1991).

Methodology and approach

This dissertation deals mainly with two questions: (1) How is overweight represented in the media? and (2) Which consequences can these representations have on public perceptions of overweight?

The aim is to describe, analyze and problemize how overweight is presented quantitatively and qualitatively in the media. The ambition then is not only to describe the coverage on an apparent level (manifest or denotative meaning), but also to capture values and norms about overweight (latent or connotative meaning) which are reproduced in the media content and articulated “between the lines”. The method used to fulfill the purpose is content analysis.

We can't say anything for sure about how people interpret and make sense of the media content by doing a content analysis. Nevertheless, through a content analysis insights into the subject matter, the content's various dimensions, qualities and traits, are gained. The potential interpretations the content may bring to mind among its audience can accordingly be discussed taking this new knowledge as a starting-point.

The study is of interest to researchers and students in media and communications studies, journalism, sociology, public health and medicine. It is also hoped that it might be of importance to health and risk communicators, politicians and health authorities in their work to prevent overweight and obesity. On top of that the study might be valuable to reporters as it raises questions about journalism and the media's role and responsibility when it comes to informing the public on health issues.

Several perceptions of overweight coexist in the media and in society. One can probably find different discourses about overweight in different media and in different genres, for instance fiction, news and public information. However this study concerns media content about overweight in Swedish daily newspapers, during a period of five years, 1997–2001. In all 1 925 newspaper articles from four different papers have been analyzed. All the articles are downloaded from PressText and Mediarkivet, two Swedish databases available on-line.

Sampling

The purpose of the sampling procedure was to include papers that have a fairly wide distribution as well as papers that are different. They differ in

political position and circulation. Two of the chosen papers are national newspapers (*Dagens Nyheter* an independent liberal paper, the leading national paper and also the biggest paper in Stockholm – the capital of Sweden – in terms of circulation, and *Aftonbladet*, “the paper that speaks up for the masses”, a social democratic paper and also the paper in Scandinavia with the highest circulation figures reaching more than one million readers a day), and two are mainstream local papers (*Helsingborgs Dagblad* a politically independent paper in southern Sweden and *Västerbottens-kuriren* a social liberal paper in northern Sweden). One of the four is an evening paper sold only in single copies (*Aftonbladet*). The rest are first and foremost subscribed morning papers. It is important to keep in mind that the examined papers don't represent the whole media spectrum, not even the whole offer of daily newspapers, but are strategically chosen examples of daily papers.

Content analysis

The study consists of three parts. In the first part all the 1 925 articles are analyzed quantitatively and presented in the form of descriptive statistics. In the analysis the computer program SPSS (*Statistical Program for the Social Sciences*) was used. The articles included in the analysis are all the articles that the search engine found during the five years that included the words overweight or obesity and variations on these terms. The quantitative content analysis is inspired by a dramaturgical model (cf. e.g. Jarlbro, Jönsson & Windahl, 1992; Larsson, 1992), which captures both manifest and latent dimensions in the news texts. The theater scene is brought into play as a metaphor for the medium being under scrutiny, but also each research unit, in this case each article. The model brings about questions such as: What's the scene? When was the play? Who is the dominating actor? What's being said and in which tone? The model is complemented by traditional quantitative questions such as: How many articles do we find in each category? How large are the articles? How often do the reporters mention overweight? and so on.

The remaining two studies use a qualitative, hermeneutical approach. In the second study the editorials and the debate articles, all together seventy-four articles, are focused on. Questions about the actors, their statements and the mode of their statements (style) are asked. The third study is concentrated to the general news texts, which make up most of the material. This analysis is restricted to certain years (1997, 1999, 2001) and certain artic-

les (the ones that mainly deal with overweight and obesity, that is articles in which the issue is only mentioned incidentally or in passing were excluded from the analysis). The study analyzes 407 general news texts in depth.

It is impossible, since the material is very extensive, to conduct a detailed, in depth analysis of every text. The analysis is therefore kept on a more comprehensive general level, and the focus has been on generic rather than specific traits of each text. An important aim was to discover themes (a kind of recurrent underlying and abstract dimension in a text, which also functions as an arranging principle for the content's direction) that dominates the newspaper's content and thereby be able to present a general picture of how overweight is presented in the studied material. In the debate articles two important themes were found, one alarmist theme and one theme of guilt and responsibility. In the general news texts we came upon several themes: scientific definitions, models of explanation of overweight, the meaning of food, cultural importance, health risks and research, the promise of engineering, commercial interests and finally the importance of gender.

Results and conclusions

The most important results and conclusions of the study will now briefly be discussed. The question why the coverage looks as it does will also be raised. Finally the newspaper's role and responsibility in public health communication is treated.

An underestimated social problem

An important conclusion from this study is that overweight as a health risk is underestimated in the studied daily papers, compared to its real proportions. It is surprising that the topic doesn't get more attention considering how many people suffer from overweight and bearing in mind that thousands of people die annually from diabetes (type II), cancer and cardiovascular diseases all of which are well known consequences of overweight and obesity. Nevertheless overweight is rarely seen on the first pages during the studied period and a considerable proportion of the articles found are brief. On top of that few editorials and debate articles on the matter were found. Research has shown that people think that HIV/aids, drugs and violence are the most important threats to public health (see e.g. Jarlbro, 1999). This can accordingly to the Theory of Agenda-setting (McCombs & Shaw, 1995;

Dearing & Rogers, 1996) be explained by the very fact that these issues gets more media attention than, for instance, overweight. A consequence of all this might be that neither the public nor the politicians (or the media institutions for that matter) consider overweight to be a serious health problem.

There might however be a new evaluation of the topic on the way. The study shows that the number of alarmist articles has increased each year and this might indicate that overweight and obesity will be valued differently by the media in the future. The tabloid press is often accused of being too alarmist in tone. An interesting finding though is that Aftonbladet, the tabloid paper in this study, is rather calming and reassuring when it comes to overweight. We know that overweight is a class related problem and more prevalent among low educated and low income groups (Socialstyrelsen, 2001; SBU, 2002). Aftonbladet's readers are predominantly low educated and low income groups (Lithner, 2000). A tentative explanation of the finding is then that the paper doesn't want to worry its readers or scare them off unnecessarily.

The most alarming texts about overweight are found in the debate articles and are written by doctors and researchers. These articles are unfortunately rarely read by the public at large but first and foremost by journalists and the political and cultural elite, social groups that are already well off, well educated and to a lesser degree suffer from overweight or obesity. These groups are not as interesting to influence as less affluent groups as far as their health is concerned. Nevertheless the elite is of course a powerful and important group to influence when it comes to policy issues.

The construction of overweight – two dominant perspectives

Overweight is constructed in the daily papers by the use of diverse themes, metaphors (inspired by phenomena such as warfare, sports, natural disasters, plague, crimes and machines), dichotomies and specific narrative structures (e.g. the "success story" which keeps the slender body as an ideal alive).

Overweight is framed in different ways. Sometimes overweight is presented as a disease or a financial problem. But we also find overweight framed as a physically normal condition and a social stigma.

Two perspectives of overweight dominate the news coverage. First and foremost overweight is presented as a *health risk*, at least when it comes to the sheer number of articles, but overweight is almost as often framed as a

beauty dilemma. The first representation appeals to reason and rationality, the latter to emotions and affect.

When overweight is presented as a *health risk* it is often mentioned in passing and in small articles or paragraphs. Overweight, presented as a health risk, is not the main issue in the coverage and the non-attentive reader risks not even noticing the information. The information that comes through this representation is frequently difficult to make sense of for a layman. Risk assessments are presented in a jargon comprehensible only for the expert and already initiated researchers. Researchers speak for instance about physical activity in terms of frequency, duration and intensity. They also talk about variables beyond the comprehension of most readers, the French paradox, IL-6 obesity, fatty acids, double-blind tests, AD-36 virus, the hypothesis of cholesterol, cytology, lipoprotein, thrifty genes and so on. The information is also thick with figures, statistics and abstract lines of argumentation; information is presented on a macro level not on a micro level. This is a general problem when it comes to risk communication. Expertise tends to argue and make assessments on a population level, but the rest of us prefer (and need) information on an individual level, that is in the context of our everyday life. Otherwise the information will be neither paid attention to nor of any use for the person who wants to take action (cf. Jarlbro, 1993; Nordlund, 1994). The texts in the papers studied are also filled with contradictions (see further below). This makes it even harder for the reader to evaluate the information and make use of it. Researchers, doctors and other experts are the dominant actors from this perspective.

In contrast to this we have news coverage that presents overweight as a *beauty dilemma* or cosmetic problem. This perspective gets plenty of editorial space, sensational headlines and is amply illustrated. Overweight as a cosmetic problem usually forms the matter of first importance in the article where it is mentioned and the coverage is more entertaining than the health perspective. In these articles the journalists use hyperboles, an effective and affective vocabulary and dichotomies to create interesting conflicts and tensions, which together increases the article's probability of being seen, read and remembered (Van Dijk, 1988). The content of these articles is often characterized as mere description. They are rather uncritical, almost naïve, sometimes a bit ironic or written in a humorous undertone. The information per se is frequently of low or even dubious quality. Health is here reduced to a matter of look. The proponents of this perspective are the reporters

and the citizens themselves, for instance the once overweight and obese people speak up in this context. This representation can be found in all the papers studied, but Aftonbladet is the paper that gives it priority.

Plenty of paradoxes

The coverage is crammed with paradoxes and contradicting statements when it comes to severity, how to explain, deal with and understand obesity. Accordingly some actors say that there is no reason at all to worry about overweight. Being overweight or obese is not dangerous – as long as we exercise. Others talk about overweight and obesity as the most serious threat to public health in late modernity. And then we have those who say that it is dangerous to lose weight. One can die of dieting too, and one expert maintains that being obese is not that terrible since it prevents osteoporosis.

There are also contradictory views on how to explain overweight. Some support a genetic model of explanation. Others prefer talking about structural forces and social differences, different lifestyles. In some cases then our bodies are presented as preprogrammed and the individual can't do anything to prevent obesity, which also legitimates passivity. This entails putting our trust in other persons to solve the weight problem (e.g. researchers). This idea is supported by the coverage. The message is clear: "Hang in there! Wait for a miracle solution! The doctors and engineers are working on it."

In other cases we are invited to eat the "right" kind of food or less proportions and exercise regularly to prevent obesity. We are thus encouraged to enter into body projects and at once the individual is able to take action against his or her overweight. The goal is however to regain good looks not health.

In contrast to the messages that advise us to eat less we have the ones that go hand in hand with the food industry and instruct us to consume more. We are urged to gorge and enjoy ourselves – but in moderation. We are thus told to eat our cake and have it at the same time. But what shall we eat and what is to be avoided? Some experts inform us to give up fat. Others say fat is healthy. Some ask us to avoid sugar while others claim that sugar is not "the enemy".

Different slimming methods and cures are presented to us in the papers. One more efficient than the other. We are promised to lose several kilos in just a few weeks. It seems strange however that the papers describe losing

weight as something so easily and quick done, since official statistics demonstrate the opposite.

There are hence plenty of paradoxes in the material. It is difficult for the reader to orient himself or herself in this cross-fire of messages. The reader gets little help in deciding upon how to behave. In principle there is a message for everyone. Consequently the individual can choose the messages which are most convenient and in concordance with their personal opinion and behavior, which in the end means that nothing really changes.

Stigmatization of overweight people

In the papers studied overweight and obese people are presented as stupid, ugly, naïve, lazy and repugnant. In the texts negative stereotypes are reproduced both on a manifest and latent level, both among experts and laymen. Overweight is presented as similar to garbage and obese persons are a burden to the public medical service. They are described among other things as parasites. They not only eat until they die, they also seem to consume the hospitals' budgets.

One noteworthy finding is that the formerly obese in the papers studied contribute to the stigmatization of overweight and obesity. For the once heavy confirm overweight persons' misery by dissociating themselves with contempt and disgust from their former self. Their own weight loss is a revelation to them about this. How then are we to counteract prejudices against overweight, when former overweight persons so strongly loathe and despise overweight? Not even those who know how it is to belong to this group seem to sympathize and comprehend them.

Gender and overweight

The media is an important site for the expression of (or challenges to) existing gender relations. It is therefore interesting to see how the media treat gender when it comes to overweight.

When reading the texts you are hit by the fact that men and women's bodies are described and valued differently. Men have for example "love handles"; women have "tires" around their waists. Women have "wrinkles", men have "lines", women get "gray-haired" but when it comes to men they have "the charm of the gray temples". The same kind of bodily changes or traits are presented in different ways. This also includes overweight. Male overweight is thus accepted, but female overweight is certainly not.

In no war are there so many female participants as in “the war against obesity”. Overweight is constantly presented as first and foremost a female problem. This is noticeable on a manifest and latent level in the articles, in the headlines and in the ways of addressing the reader. It’s not strange though that women search for help to solve the problem of being overweight, in spite of the fact that it is usually men that die on that account.

An idea supported in the articles is the idea that men are neither interested in counting calories nor in exercising, and therefore they simply don’t need it. A male trade-union leader of the male dominated union LO, states for instance in an article that: “Men can’t be on a diet. It’s something women do to fit in to their bikinis.” (AB, 980816) He thereby strengthen the belief that overweight is not a male matter but a female one, and it is primarily a beauty dilemma not a health problem.

Overweight men are also often described in a positive way. They have a “comfortable weight” and their bodies are “just right”. A female body though is never, or at least rarely, presented in the papers as “just right” when it comes to weight or body size. Overweight women are instead described as “too big and sloppy”, “sweating”, and “disgusting”. Female bodies “swell and dwell”, and the extra kilos are “dangling” – “gravity is just too strong”. The female overweight body is presented as unattractive and not sexy. Overweight women are beasts not beauties, but overweight men go free from this kind of loathing treatment.

In the studied articles the female body is to a large extent a mother’s body, and she has a commission to shoulder. She must please her surroundings only by her appearance, but also guarantee the survival of the fittest. In this case it means that the woman is accountable for not passing on obesity genes to subsequent generations. The woman is also presented as the primary role model when it comes to the children’s body images and body perceptions, and as if this wasn’t enough, she is also in charge of the children’s (actually the whole family’s) eating habits, food intake and health education. The male’s task is just one. He better make sure that his overweight doesn’t make him impotent.

As for the earlier mentioned success stories there are also some distinct gender patterns. The most important difference between the male and female success story is the fact that men lose weight because of their health, but women lose weight because of the way they look. Women lose weight to please their men and or other significant others. The male reason to lose weight

can also be related to a wish of getting a particular job or keeping a job. In the coverage men are thereby in an apparent way connected to working life and the public sphere, while women are associated to home and family.

Another important distinction between the two is the fact that women are presented as completely transformed when losing weight. The male weight loss is nothing but a loss of some “extra” kilos, even though it is as much as 30 or 40 kg. Life goes on just as before. Nothing really changes for the man, but for the woman life changes entirely. She turns into a star. Nobody becomes somebody, and into the bargain comes a “newbody” that opens the door to happiness, a new career and success. No wonder women of all ages and classes start dieting when there is so much to be gained. And no wonder men are uninterested in dieting. What’s in it for them? The body project can thereby be regarded as much more important to women than to men. All together these very biased constructions can be the cause of delusions and prejudices among the readers. On top of that, gender roles are constructed and reconstructed in an obsolete way. The man is still presented as the provider and the woman is nothing but a mother and housekeeper. The woman is her body, but her power over her own body is limited. The body is principally something only to be looked upon by the male gaze and formed to please him.

The power over the body is constituted and reproduced on different levels in society and by different institutions where men often dominate (e.g. politics, science, the law, medicine and the media). This no doubt raises questions: If overweight to a greater extent was constructed in the papers as a male problem, would the problem be differently valued by the media as well as by political actors? Would there be another political interest in this health issue if it wasn’t so strongly associated in the media with female beauty and happiness? Or is it the social differences that make overweight such a hot issue that nobody wants to lay their hands on it? For it is certainly strange that actors and other celebrities more often speak up in the media about overweight than our elected politicians, official decision-makers and health care authorities. And why is that? Are the latter not sufficiently interested in the issue, or are the former considered by the reporters to be of greater interest for the audience to listen to?

Entertainment vs information

Readers have different needs of information and the media offer can be used in many different ways. It is also important to realize that even if the daily papers have the best coverage possible there are no guaranties for successful communication. It is difficult to predict how a reader uses a certain piece of information. Obstacles like lack of previous knowledge, interest and intelligibility may render the information hard to assimilate. The readers attitude in advance is also of importance. Is the reader disposed to search for information or disposed to be amused? The reader disposed to entertainment is probably more open in his or her mind and might pay attention to and see other things than the one looking for information. The outcome of the reading, the possibility of understanding and elaborating a text also depends on the knowledge, personal experience and aspirations that the reader brings with him or herself when confronting the text.

The reporters work against the clock. This might prevent them from reflecting upon and analyzing in depth the rather complex information they are supposed to deliver to their readers. But the thing is that the readers need guidance, a comment every now and then to interpret, evaluate, understand and be able to make use of the information.

Our everyday problems are usually solved by common sense not scientific arguments and since our everyday life is the context in which we construct our ideas then it is in the interest of the press to inform the readers in a way that makes sense to them.

The contradictive messages can subsequently be counterproductive. It is certainly important that reporters point out the existence of a plurality of opinions, but the reader wants and needs clear instructions and recommendations, which he or she rarely gets.

The success stories have both good and bad sides. They stigmatize overweight and strengthen established gender roles. But they might also inspire people to take action against their overweight. The once obese function in that way as role models.

When it comes to conveying health messages entertainment might be as good as news. Research has shown that vivid and dramatic formats increase the possibility of influencing people's risk perceptions (Snyder & Rouse, 1995). But entertainment formats may not be effective for all audiences. Some findings indicate that it might be most effective among less educated. The often sensational and dramatic coverage in Aftonbladet can thus, in

spite of the earlier presented criticism, influence its readers' perceptions about overweight. It is essential then that the information given in *Aftonbladet* is relevant and of good quality, which is unfortunately not always the case.

The actors

The dominant actors in the coverage are the reporters themselves, doctors and researchers. The fact that the reporters are such a salient actor in the papers studied might explain why overweight often is presented as a beauty problem. Overweight as a cosmetic dilemma is a content that sells well.

We know that there are controversies within the medical profession but still the reporters present this group of professionals as being rather unanimous. Scientific consensus is constructed in the papers by giving weight to certain medical or scientific views and marginalizing others. Some experts are in this way established as more credible than others. Some sources have in addition learnt how the media work and the media way of talking. That is probably why a few sources (e.g. professor Stephan Rössner) are repeatedly used by the journalists. The food industry doesn't seem interested in taking part in the formation of public opinion. It is at least surprisingly seldom seen as an actor in the papers. The food industry is not held responsible by the reporters and it seems thereby innocent when it comes to overweight. It is the same with the Swedish National Public Health Authority (Statens folkhälsoinstitut), the Swedish National Food Administration (Statens livsmedelsverk) and other health service institutions.

The general reporter is expected to cover as varying things as local affairs, crime and medicine. This is of course a problem. The journalists are not walking encyclopedias. Since the reporters usually lack competence to evaluate medical information they often become nothing but megaphones of the medical profession. The shortcomings of journalism are however not solely a problem on an individual level but also a problem explained by structural factors and market forces beyond the reporter's control.

IT TAKES TWO TO TANGO · Both the medical profession and the reporters have a responsibility when it comes to informing the public in a reasonable manner about overweight and the risks that come along with it. They have a pedagogical and educational ideal to live up to, but they fail on both of

these assignments. They both fail in formulating understandable, relevant and useful information for the layman.

The medical profession seems more interested in addressing colleagues, and in presenting the latest findings in their own cryptic language with no consideration taken to the public at large. If the medical profession doesn't take on the mission to inform the public on health issues there is a risk that it will be passed on to other groups.

The journalists seem on their part many times to forget their critical role in their ambition to popularize and sell news. In some cases they lack the competence to translate the experts statements to comprehensible language. Media's role in society and people's trust in the media entails certain claims on the reporting. It must be true, balanced and relevant. Overweight and obesity is a far too serious a health problem to be treated the way it is in the studied daily papers. But it takes two to tango, that is, it's not only the reporters that must improve; the medical profession must also improve. Doctors and researchers must ameliorate the way they express themselves and address the public. They must also learn how the media functions and how news is valued.

Final comments

Journalism is hardly ever praised by researchers. It is all the same important to balance the presented criticism and consider why the medias' offerings look as they do. Could reporting be different? Is it good enough? Journalists have a personal responsibility for their products but the daily press as a whole also has a collective responsibility. Reporters are not innocent, but bound by certain working conditions and economic principles that many times prevent them from carrying out good journalism. Reporters have other time horizons and ambitions than researchers do. Demands of efficiency and productivity give rise to an undesirable journalism characterized by a high dependence on sources, standardization, angling and sensationalism.

There is nonetheless room for improvements. Change is desirable for instance when it comes to the reporters' uncritical way of presenting research findings, and the way they construct overweight. Truths are hidden behind humour and irony. Humour is repeatedly used by the reporters in an unreflective way when they describe overweight and heavy persons. In this "innocent" and seemingly harmless way stereotypes and prejudices are

maintained. It is required then that reporters are to a greater extent given the opportunity (e.g. in seminars, further education and training and in internally initiated discussions) to talk about and reflect upon the way they present overweight, but also other parts of reality, to prevent them from using standardized formats and stereotypes. Every discussion about the role and responsibility of journalists must however start in the working conditions of today's reporters.

Everything isn't as bad as it seems to be. There are of course cases of good and bad journalism in the papers studied. It is however the latter that gives a certain after-taste to this study.

Media power is not to be underestimated nor exaggerated. The media are but one of several actors in the market of opinions. Media effects are besides difficult to tell apart from, for instance, effects from interpersonal communication since the two of them interact. We talk with friends, family and fellow-workers about what we read in the papers and what we see on the television. Are these effects media effects or not?

It is important to keep in mind that the public is not handed over only to the daily paper's version of reality. We have a richer media landscape than ever, but also a more complex one. In the flow of communication the daily newspaper however still stands strong in people's confidence as well as in the formation of public opinion. The daily newspapers are important compasses to us. They guide us in our decisions and lives, and point out which direction to follow. If we are not content with the way they inform us in public health issues who can do it better and who is willing to take up the gauntlet? Who is in charge of public health information?

Research has shown that the public have more confidence in health professionals and health service authorities than the media as far as health information is concerned. Strangely enough it is not from the former the public collect information. Instead they look for information in and use the information they receive from the media. It is not our job here to speculate whether this is because the health professionals and authorities are not allowed to enter the media stage or because they are too passive, invisible or incomprehensible. All there is to say is that if there isn't anyone in charge of the public health information, it will become the pigeon of the media.

There is a strong faith in communication as a way of promoting social change. Communication is however a weak tool to promote change, but sometimes there are no alternatives. Communication is many times a

preferred measure since it pays regard to integrity and freedom of choice. Change is then something optional.

It is usually more economic to prevent than to cure ill-health. In preventive work health communication is an important ingredient. News coverage of health risks is considered to be a cost-efficient way to promote change in health conduct.

News coverage not only increases the likelihood of individual exposure to health messages but is also likely to influence behavior indirectly by facilitating processes of social and cultural change. (Yanovitzky, 2002:350)

Overweight is not an information problem downright. There are however reasons to believe that information and communication about overweight and its consequences is important in counteracting and preventing it. No doubt the media, not least the daily newspapers, have a crucial role to play in this work.

Referenser

- Allan, S. (2002). *Media, Risk and Science*. Buckingham: Open University Press.
- de Almeida, M. D. V., Graça, P., Lappalainen, R., m.fl. (1997). »Sources used and trusted by nationally-representative adults in the European Union for information on healthy eating.« *European Journal of Clinical Nutrition*, 51 (suppl. 2): 16–22.
- Altheide, D. L. & Snow, R. P. (1979). *Media Logic*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Altheide, D. L. & Snow, R. P. (1991). *Media worlds in the postjournalism era*. New York: Aldine de Gruyter.
- Alvesson, M. & Deetz, S. (2000). *Kritisk samhällsvetenskaplig forskning*. (S.-E. Thorhell, övers.). Lund: Studentlitteratur. (Originalarbete publicerat 2000.)
- Alvesson, M. & Skoldberg, K. (1994). *Tolkning och reflektion. Vetenskapsfilosofi och kvalitativ metod*. Lund: Studentlitteratur.
- Arvidson, P. (2000). »Måste vi läsa metod?« I G. Jarlbro (red.), *Vilken metod är bäst – ingen eller alla? Metodtillämpning i medie- och kommunikationsvetenskap* (s. 12–30). Lund: Studentlitteratur.
- Asp, K. (1986). *Mäktiga massmedier. Studier i politisk opinionsbildning* (Akademisk avhandling för filosofie doktorsexamen, Göteborg Studies in Politics, nr 13). Göteborg: Göteborgs universitet, Statsvetenskapliga institutionen.
- Backer, T. E., Rogers, E. M. & Sopory, P. (1992). *Designing Health Communication Campaigns: What Works?* Newbury Park: Sage.
- Backman, M. (1999). »Stenåldersmaten kan ge oss bättre hälsa«. *Sydsvenska Dagbladet*. (B). 4, 1999-09-28.
- Bakshi, A.-S. (2000). *Tilltro och misstanke. Genteknik och fosterdiagnostik i det offentliga samtalet* (Akademisk avhandling för filosofie doktorsexamen. Linköping Studies in Arts and Science 207). Linköping: Linköpings universitet, Institutionen för Tema Kommunikation.
- Barlebo Wenneberg, S. (2001). *Socialkonstruktivism – positioner, problem och perspektiv*. (B. Nilsson, övers.). Malmö: Liber Ekonomi. (Originalarbete publicerat 2000.)
- Beardsworth, A. & Keil, T. (1997). *Sociology on the Menu. An Invitation to the Study of Food and Society*. London: Routledge.
- Beck, U. (1992). *Risk Society. Towards a New Modernity*. London: Sage.
- Becker, K., Bjurström, E., Fornäs, J. & Ganetz, H. (red.) (2001). *Passager. Medier och kultur i ett köpcentrum*. Nora: Bokförlaget Nya Doxa.

- Belk, R., W (1995). »Studies in the New Consumer Behaviour«. I D. Miller (red.), *Acknowledging Consumption. A Review of New Studies* (s. 58–95). London: Routledge.
- Bell, D. & Valentine, G. (1997). *Consuming Geographies. We are where we eat*. London: Routledge.
- Bengs, C. (2000). *Looking Good. A study of gendered body ideals among young people*. (Akademisk avhandling för filosofie doktorsexamen, nr 21) Umeå: Umeå University, Department of Sociology.
- Bennett, L. W. (2001). *Consumerism and Global Citizenship: Lifestyle Politics, Permanent Campaigns, and International Regimes of Democratic Accountability*. Paper presenterat vid International Seminar on Political Consumerism, May 30–3 June, 2001, Stockholm University, Stockholm, Sweden.
- Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Research*. Glencoe, IL: The Free Press.
- Berger, C. R. (1998). »Processing Quantitative Data about Risk and Threat in News Reports.« *Journal of Communication* (Summer): 87–106.
- Berglez, P. (2000). »Kritisk diskursanalys«. I M. Ekström & L. Larsson (red.), *Metoder i kommunikationsvetenskap* (s. 194–218). Lund: Studentlitteratur.
- Bergström, G. & Boréus, K. (2000). *Textens mening och makt. Metodbok i samhällsvetenskaplig textanalys*. Lund: Studentlitteratur.
- Bertilsson, M. (1998). »Socialkonstruktivisme: Et erkendelsessociologisk perspektiv«. I M. Järvinen & M. Bertilsson (red.), *Socialkonstruktivisme. Bidrag till en kritisk diskussion* (s. 17–40). Köpenhamn: Hans Reitzels Forlag.
- Bishop, R. (2000). »More than Meets the Eye: An Exploration of Literature Related to the Mass Media's Role in Encouraging Changes in Body Image.« *Communication Yearbook*, 23: 271–303.
- Bjurström, E., Fornäs, J. & Ganetz, H. (2000). *Det kommunikativa handlandet. Kulturella perspektiv på medier och konsumtion*. Nora: Bokförlaget Nya Doxa.
- Bocock, R. (1993). *Consumption*. London: Routledge.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction. A Social Critique of the Judgement of Taste*. (R. Nice, övers.). London: Routledge & Keagan Paul. (Originalarbete publicerat 1979.)
- Boyne, R. (2003). *Risk*. Buckingham: Open University Press.
- Breitenstein, O. (1990). »En analys av tävlingsprogrammet »Tänk till tusen««. I P. Dahlgren, K. Bruhn Jensen & S. Kjørup (red.), *Strategier för tv-analys* (s. 29–40). Stockholm: Institutionen för journalistik, medier och kommunikation, Stockholms universitet.
- Brown, J., Chapman, S. & Lupton, D. (1996). »Infinitesimal risk as public health crisis: news media coverage of a doctor-patient HIV contact tracing investigation.« *Social Science and Medicine*, 43 (12): 1685–1696.
- Brune, Y. (2000). »Nya bilder bekräftar gamla fördomar.« *JMG-Granskaren* (3): 11–15.
- Brännström, I. & Lindblad, I.-B. (1993). *Norsjösatsningen i massmedierna. Medieutbud och publikuppfattningar kring en hälsokampanj* (Medier och kommunikation nr 2). Umeå: Institutionen för medier och kommunikation. Umeå universitet.
- Brännström, I., Lindblad, I.-B. & Johansson, M. (1990). *Medierna, makten och hälsan – ett lokalt hälsoarbete i svensk dagspress*. Stockholm: Socialstyrelsen.

- Busk, L. (2003). *Ett larm som gav eko – akrylamid – men vad hände sedan? Från ett myndighetsperspektiv...* Paper presenterat vid Livsmedelsdagarna »Communicare necesse est – en förtroendefråga«, Tylösand. 3–5 september. Livsmedelsföreningen.
- Butler, J. (1990). *Gender Trouble. Feminism and the Subversion of Identity*. New York: Routledge.
- Byrman, G. (1998). »Notisen i dagspressen«. I K. E. Gustafsson & P. Rydén (red.), *Ständigt dessa landsortstidningar* (s. 139–168). Göteborg: Nordicom-Sverige, Göteborgs universitet.
- Campbell, C. (1995). »The Sociology of Consumption«. I D. Miller (red.), *Acknowledging consumption. A Review of New Studies* (s. 96–126). London: Routledge.
- Carey, J. W. (1989). *Communication as Culture. Essays on Media and Society*. Boston: Unwin Hyman.
- Castells, M. (1998). *Informationsåldern, ekonomi, samhälle och kultur*. (G. Sandin, övers.). Göteborg: Daidalos. (Originalarbete publicerat 1996.)
- Citron, B.-M., Bergstedt, E., Wallqvist, Ö. & Johansson, P.-O. (2000). *Lika eller unika? Lokal mångfald del 1* (nr 2:2000). Stockholm: Stiftelsen Institutet för Mediestudier.
- Corrigan, P. (1997). *The Sociology of Consumption*. London: Sage.
- Dagens Nyheter (2002a). *Om tidningen* [www-dokument]. Tillgänglig: <<http://www.dn.se/DNet/road/Classic/article/o/jsp/print.jsp?&a=2713>> (2002-06-06).
- Dagens Nyheter (2002b). *Vision och mål* [www-dokument]. Tillgänglig: <<http://www.dn.se/DNet/road/Classic/article/o/jsp/print.jsp?&a=4514>> (2002-06-06).
- Dahlgren, P. (1992). *Pressens bild av brottsligheten*. (2:a uppl). Stockholm: Brottsförebyggande rådet.
- Dahlgren, P. (1998). »Meaning and/VS. Information in Media Studies.« *Loisir et société / Society and Leisure*, 21 (1, printemps 1998): 43–62.
- Dahlgren, P. (2000). »Vad säger medierna och vad betyder de?« I G. Jarlbro (red.), *Vilken metod är bäst – Ingen eller alla? Metodtillämpning i medie- och kommunikationsvetenskap* (s. 75–100). Lund: Studentlitteratur.
- Dant, T. (1999). *Material Culture in the Social World*. Buckingham: Open University Press.
- Dearing, J. W. & Rogers, E. M. (1996). *Agenda-Setting*. Thousand Oaks: Sage.
- Djurfelt, G. (1996). *Boström och kaminen. En introduktion till realistisk vetenskapsteori*. Lund: Arkiv Förlag.
- Douglas, M. & Isherwood, B. (1980). *The World of Goods: Towards an Anthropology of Consumption*. Harmondsworth: Penguin Books. (Originalarbete publicerat 1978.)
- Drotner, K., Jensen, K. B., Poulsen, I. & Schröder, K. (1996). *Medier och kultur*. (S. Sjöström, övers.). Lund: Studentlitteratur.
- Edström, M. (2000). »Medierummets kostymklädda män och lättklädda kvinnor.« *JMG-Granskaren* (3): 3–5.
- Eide, M. & Hernes, G. (1987). *Død og pine. Om massmedia og helsepolitikk*. Oslo: FAFO.
- Ekecrantz, J. & Olsson, T. (1994). *Det redigerade samhället. Om journalistikens, beskrivningsmaktens och det informerade förnuftets historia*. Stockholm: Carlssons förlag.
- Ekenstam, C. (1993). *Kroppens idéhistoria. Disciplinering och karaktärsdanning i Sverige 1700–1950*. Hedemora: Gidlunds Bokförlag.

- Ekström, M. (1990). *Kost, klass och kön* (Akademisk avhandling för filosofie doktorsexamen, Umeå Studies in Sociology, nr 98). Umeå: Umeå universitet, Sociologiska institutionen.
- Ekström, M. & Nohrstedt, S. A. (1996). *Journalistikens etiska problem*. Stockholm: Rabén Prisma.
- Elliot, M. (1997). *Förtroendet för massmedierna. Tv, radio och dagspress i allmänhetens ögon* (Akademisk avhandling för filosofie doktorsexamen). Göteborg: Göteborgs universitet, Institutionen för journalistik och masskommunikation.
- Enkvist, C. (2004). »Fel att vi blir feta av fett«. *Dagens Nyheter*. (A). 4, 2004-01-11.
- Eriksson, C. (1994). »Hälsan som budskap«. I G. Carlsson & O. Arvidsson (red.), *Kampen för folkhälsan. Prevention i historia och nutid* (s. 321–351). Stockholm: Natur och Kultur.
- Fairclough, N. (1995). *Media Discourse*. London: Edward Arnold.
- Falkheimer, J. & Leijonhufvud, S. (2002). *Pressetiken – i vems tjänst?* (nr 1:2002). Stockholm: Stiftelsen Institutet för Mediestudier.
- Featherstone, M., Hepworth, M. & Turner, B. (1991). *The Body: Social Process and Cultural Theory*. London: Sage.
- Finer, D. (1998). »Dansk avhandling avslöjar massmediernas irrationalitet.« *Läkartidningen*, 95 (5): 410–414.
- Finer, D., Tomson, G. & Björkman, N.-M. (1997). »Ally, Advocate, Analyst, Agenda-setter? Position and perceptions of Swedish medical journalists.« *Patient Education and Counselling* (30): 71–81.
- First, A. (2002). »All Women Should Cry: The Presentation of Women in Foreign News.« *The European Journal of Communication Research*, 27 (1): 35–61.
- Fiske, J. (1990). *Introduction to communication studies* (2:a uppl.). London: Routledge.
- Flodin, B. (1993). *Myndigheters kriskommunikation. En kunskapsöversikt* (Rapport nr 163:2). Stockholm: Styrelsen för psykologiskt försvar.
- Folkhälsoinstitutet (1999a). *Ett liv av vikt – fem år senare* (Rapport nr 1999:7). Stockholm: Folkhälsoinstitutet.
- Folkhälsoinstitutet (1999b). *Fysisk aktivitet för nytta och nöje* (Rapport nr 1999:8). Stockholm: Folkhälsoinstitutet.
- Fong, G. T. (1999). »Challenges to Improving Health Risk Communication in the 21st Century: A Discussion.« *Journal of the National Cancer Institute* (Special Issue): 1–8.
- Forde, H. O. (1998). »Is Imposing Risk Awareness Cultural Imperialism?« *Social Science and Medicine*, 47 (9): 1155–1159.
- Fornäs, J. (2001). *Advancing Cultural Studies in Sweden. An Infrastructural Initiative* (Arbetslivsrapport nr 2001:1). Stockholm: Arbetslivsinstitutet.
- Foucault, M. (1987). *Övervakning och straff*. (C. E. Bjurström, övers.). Lund: Arkiv förlag.
- Foucault, M. (1989). *The Birth of the Clinic. An Archaeology of Medical Perception*. London: Routledge.
- Foucault, M. (1991). »Governmentality«. I G. Burchell, C. Gordon & P. Miller (red.), *The Foucault Effect: Studies in Governmentality* (s. 87–104). London: Harvester Wheatsheaf.
- Fowles, J. (1996). *Advertising and Popular Culture*. Thousand Oaks: Sage.

- Frank, A., W (1991). »For a Sociology of the Body: an Analytical Review«. I M. Featherstone, M. Hepworth & B. Turner, S (red.), *The Body* (s. 36–102). London: Sage.
- Friedl, A. (2000). *Granskning av matlagningsprogram i public servicemedia ur ett folkhälso-perspektiv*. Stockholm: Karolinska institutet, Institutionen för medicinsk näringslära.
- Gergen, K. J. (1999). *An Invitation to Social Construction*. London: Sage.
- Giddens, A. (1996). *Modernitetens följder*. (J. Retzlaff, övers.). Lund: Studentlitteratur. (Originalarbete publicerat 1990.)
- Goffman, E. (1990). *Stigma. Notes on the Management of Spoiled Identity*. London: Penguin Books. (Originalarbete publicerat 1963.)
- Goffman, E. (1995). *Jaget och maskerna. En studie i vardagslivets dramatik*. (S. Bergström, övers.) (3:e uppl.). Stockholm: Rabén-Prisma. (Originalarbete publicerat 1959.)
- Guillou, J. (2003). »Journalistik på fel sida gränsen«. *Sydsvenska Dagbladet*. (B). 3, 2003-09-07.
- Gustafsson, K. E. (1996). »Den svenska kvällspressens utländska förebilder«. I U. Carlsson & K. E. Gustafsson (red.), *Den moderna dagspressen 350 år* (s. 23–40). Göteborg: Nordicom-Sverige, Göteborgs universitet.
- Göthlund, A. (2000). »Den omöjliga kvinnligheten.« *Kvinnovetenskaplig tidskrift*, 21 (3): 65–74.
- Hadenius, S. & Weibull, L. (1999). *Massmedier: Press Radio & tv i förvandling*. (7:e uppl.). Stockholm: Albert Bonniers Förlag.
- Hagström, B. (2002). *Svensk sjukvård i och under press. Pressens rapportering om svensk hälso- och sjukvård*. Lund: Studentlitteratur.
- Hale, J. L. & Dillard, J. P. (1995). »Fear Appeals in Health Promotion Campaigns. Too Much, Too Little, or Just Right?« I E. Maibach & R. L. Parrott (red.), *Designing Health Messages. Approaches From Communication Theory and Public Health Practice* (s. 65–80). Thousand Oaks: Sage.
- Hall, S. (1996). »Encoding/decoding«. I S. Hall, D. Hobson, A. Lowe & P. Willis (red.), *Culture, Media, Language. Working Papers in Cultural Studies, 1972–79* (s. 128–138). London: Routledge (Originalarbete publicerat 1980).
- Hedquist, R. (2002). *Trovärdighet – en förutsättning för förtroende* (Rapport nr 182). Stockholm: Styrelsen för psykologiskt försvar.
- Heide, M. (2002). *Intranät – en nya arena för lärande* (Akademisk avhandling för filosofie doktorsexamen. Lund Studies in Media and Communication 7). Lund: Lunds universitet, Avdelningen för medie- och kommunikationsvetenskap.
- Hellspång, L. (2001). *Metoder för brukstextanalys*. Lund: Studentlitteratur.
- Hellström, A. & Åkerström, M. (2001). *Spegel – eller vrångbild? En granskning av medierna under Sveriges EU-ordförandeskap med fokus på EU-utvidgningen och Attac* (Rapport nr 5–6:2001). Stockholm: Stiftelsen Institutet för Mediastudier.
- Hirdman, A. (2000). »Lustar och olustar.« *Kvinnovetenskaplig tidskrift*, 21 (3): 55–64.
- Hirdman, A. (2002). *Tilltalande bilder. Genus, sexualitet och publiksyn i Veckorevyn och Fib aktuellt* (Akademisk avhandling för doktorsexamen, nr 21). Stockholm: Stockholms universitet, Institutionen för journalistik, medier och kommunikation.

- Hirdman, Y. (1983). *Magfrågan: Mat som mål och medel Stockholm 1870–1920*. Stockholm: Rabén & Sjögren.
- Holm, L. & O'Doherty Jensen, K. (1997). *Mad og køn i socialt og kulturelt perspektiv. En litteraturgenmäng: Veterinær- og Fødevarerdirektoratet, DK*.
- Holmberg, S. & Weibull, L. (2001). »Förtroendefall?« I S. Holmberg & L. Weibull (red.), *Land du välsignade?* (s. 27-48). (SOM-rapport nr 26). Göteborg: SOM-institutet.
- Holmberg, S. & Weibull, L. (2003). »Förgängligt förtroende«. I S. Holmberg & L. Weibull (red.), *Fåfångans marknad* (s. 43–58). (SOM-rapport nr 33). Göteborg: SOM-institutet.
- Holmgren, L. (2003). *Ett larm som gav eko – akrylamid – men vad hände sedan? Från ett producentperspektiv...* Paper presenterat vid Livsmedelsdagarna »Communicare necesse est – en förtroendefråga«, Tylösand. 3–5 september. Livsmedelsförningen.
- Holmqvist, A. (1995). »Tjocka kräver bättre vård«. *Dagens Nyheter*. (D). 13, 1995-09-16.
- Hultén, L. J. (1993). *Journalistikens villkor. Om plikten att informera och lusten att berätta*. Stockholm: Natur och Kultur.
- Hultén, L. J. (1999). *Orden och pengarna. Om kamp och kapitulation inom journalistiken*. Stockholm: Natur och Kultur.
- Husz, O. & Lagerkvist, A. (2001). »Konsumtionens motsägelser«. I P. Aléx & J. Söderberg (red.), *Förbudna njutningar. Spår från konsumtionskulturens historia i Sverige* (s. 9–36). Stockholm: Ekonomisk-historiska institutionen, Stockholms universitet.
- Hvitfelt, H. (1985). *På första sidan. En studie i nyhetsvärdering* (nr 131). Stockholm: Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar.
- Ideland, M. (2002a). *Dagens Gennyheter. Hur massmedier berättar om genetik och genteknik*. Lund: Nordic Academic Press.
- Ideland, M. (2002b). *Det gäller livet – mediernas roll i stamcellsdebatten* (nr 2:2002). Stockholm: Stiftelsen Institutet för Mediestudier.
- IFIC (2003). *Trends in Obesity-Related Media Coverage* [www-dokument]. Tillgänglig: <<http://www.ific.org/research/obesitytrends.cfm>> (2003-12-11).
- JMG (2000). *JMG-Granskaren* (nr 3). Centrum för Granskning av Journalistik och medier. Göteborg: Göteborgs universitet.
- Jansson, S. (1991). »Måltidens betydelse i dagens samhälle«. I M.-L. Telegin (red.), *Måltiden och måltidsordningen* (s. 29–34). Stockholm: Forskningsrådsnämnden.
- Jarlbro, G. (1993). *Krisinformation ur ett medborgarperspektiv. En kunskapsöversikt* (Rapport nr 163:3). Stockholm: Styrelsen för psykologiskt försvar.
- Jarlbro, G. (1994a). *Ungdomar tolkar reklam* (1994/95:3). Stockholm: Konsumentverket.
- Jarlbro, G. (1994b). »Uppfattningar om hälsorisker«. I S. Holmberg & L. Weibull (red.), *Vägval* (s. 185–196). (SOM-rapport nr 11). Göteborg: SOM-institutet.
- Jarlbro, G. (1995). »Kan man kommunicera om det som inte kan förutses«. I S. Holmberg & L. Weibull (red.), *Det gamla riket* (s. 209–223). (SOM-rapport nr 13). Göteborg: SOM-institutet.
- Jarlbro, G. (1997). »Rädsla för mat. Svenskars bedömning av hälsorisker«. I S. Holmberg & L. Weibull (red.), *Ett missnöjt folk* (s. 235–243). (SOM-rapport nr 18). Göteborg: SOM-institutet.

- Jarlbro, G. (1998). »Effektiv riskkommunikation – en fråga om förtroende?« I S. Holmberg & L. Weibull (red.), *Opinionssamhället* (s. 115–126). (SOM-rapport nr 20). Göteborg: SOM-institutet.
- Jarlbro, G. (1999a). *Hälsokommunikation: en introduktion*. Lund: Studentlitteratur.
- Jarlbro, G. (1999b). »Var det värre förr? Allmänhetens bedömningar av hälsorisker i ett sexårsperspektiv«. I S. Holmberg & L. Weibull (red.), *Ljusnande framtid* (s. 75–84). (SOM-rapport nr 22). Göteborg: SOM-institutet.
- Jarlbro, G. (2000). »Upplysning löser kanske allt? Hälsoriskbedömningar och objektiva risker«. I S. Holmberg & L. Weibull (red.), *Det nya samhället* (s. 83–92). (SOM-rapport nr 24). Göteborg: SOM-institutet.
- Jarlbro, G. (2001). *Forskning om miljö och massmedier. En forskningsöversikt*. (Research Report 2001:3). Lund: Media and Communication Studies, Lund university.
- Jarlbro, G. (2002). »Nöjda eller uttråkade nyhetskonsumenter?« I S. Holmberg & L. Weibull (red.), *Det nya samhället* (s. 217–226). (SOM-rapport nr 24). Göteborg: SOM-institutet.
- Jarlbro, G., Jönsson, A. & Windahl, S. (1992). *Aids – ett drama i flera akter. En innehållsanalys av svensk press*. Stockholm: AIDS-delegationen.
- Jarlbro, G., Sandberg, H. & Palm, L. (1997). *Ammoniakolyckan i Kävlinge* (Meddelande nr 142). Stockholm: Styrelsen för psykologiskt försvar.
- Jensen, B. K. (2002). »The complementary of qualitative and quantitative methodologies in media and communication research«. I K. B. Jensen (red.), *A Handbook of Media and Communication Research. Qualitative and Quantitative Methodologies* (s. 254–272). London: Routledge.
- Johansson, A. (1999). *Elefant i nylonstrumpor. Om kvinnlighet, kropp och hunger*. Göteborg: Anamma Böcker.
- Johansson, B. (1994). *Att studera massmediernas innehåll – En genomgång av innehållsstudier inom svensk forskning om journalistik, medier & kommunikation* (Arbetsrapport nr 37). Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation. Göteborgs universitet.
- Johansson, M., Nykvist, A.-C., Östros, T. & Sommestad, L. (2003). »Fyra statsråd kräver att matindustrin tar sitt ansvar för folkhälsan: Ge oss nyttigare livsmedel«. *Dagens Nyheter*. (A). 2003-11-06.
- Johansson, P.-O. (2000). »Kvinnligt nyhetsvärde«. I G. Jarlbro & A. Näslund Dahlgren (red.), *Kvinnor och medier. Rapport från ett seminarium* (s. 21–36). (nr 6:2000). Stockholm: Stiftelsen Institutet för Mediastudier.
- Johansson, T. (1997). *Den skulpterade kroppen. Gymkultur, friskvård och estetik*. Stockholm: Carlssons förlag.
- Järvinen, M. (1998). »Social konstruktivisme i könsforskningen«. I M. Järvinen & M. Bertilsson (red.), *Socialkonstruktivisme. Bidrag til en kritisk diskussion* (s. 88–104). Köpenhamn: Hans Reitzels Forlag.
- Klein, N. (2002). *No Logo*. (L. Ganuza Jonsson & T. Wennerberg, övers.). Stockholm: Ordfront förlag. (Originalarbete publicerat 2000.)
- Koivisto Hursti, U.-K. (1997). *Child Food Choice and the Family* (Dissertation for the Degree of Doctor. Uppsala Dissertations from the Faculty of Medicine 671). Uppsala: Uppsala University, Center for Caring Sciences.

- Kreps, G. L. (2001). »The Evolution and Advancement of Health Communication Inquiry.« *Communication Yearbook*, 24: 231–253.
- Kåreland, L. (1997). »Ett gästbud för hela världen. Mat och dryck i barnlitteraturen.« *Kvinnovetenskaplig tidskrift*, 18 (1): 14–29.
- Larsson, G. (1992). *Dagspressens motsatta alkoholbilder – en innehållsanalytisk studie i samband med alkoholkampanjen i Malmö, våren 1992* (Rapport nr 26). Malmö: Socialmedicinska avdelningen, Institutionen för samhällsmedicin.
- Lesslie, M. (2003). »Naturfilmer förmänskligar djurens kärleksliv.« *Genus* (1): 4–5.
- Lidskog, R., Sandstedt, E. & Sundqvist, G. (1997). *Samhälle, risk och miljö. Sociologiska perspektiv på det moderna samhällets miljöproblem*. Lund: Studentlitteratur.
- Lindblom-Hulthén, A. (2000a). *Journalistikens spelplan: om ett och annat som styr, formar och sätter gränser*. Stockholm: Svenska Journalistförbundet.
- Lindblom-Hulthén, A. (2000b). *Stora lathunden för journalistklubben. Om lagar, avtal, arbetsmiljö och demokrati på arbetsplatsen*. Stockholm: Svenska Journalistförbundet.
- Lithner, A. (2000). »1990-talets Tidningspublik«. I S. Holmberg & L. Weibull (red.), *Det nya samhället* (s. 111–125). (SOM-rapport nr 24). Göteborg: SOM-institutet.
- Liukko, A. (1996). *Mat, kropp och social identitet* (Akademisk avhandling för filosofie doktorsexamen). Stockholm: Stockholms universitet, Pedagogiska institutionen.
- Livsmedelsverket (2003). *Regeringsuppdrag om goda matvanor och ökad fysisk aktivitet (2003-11-06)* [www-dokument]. Tillgänglig: <<http://www.slv.se>> (2003-11-21).
- Ljungberg, C. (2001). *Bra mat och dåliga varor. Om förtroendefulla relationer och oroliga reaktioner på livsmedelsmarknaden* (Akademisk avhandling för filosofie doktorsexamen, Lund Dissertations in Sociology 39). Lund: Lunds universitet, Sociologiska institutionen.
- L'Orange Fürst, E. (1997). »Den äckliga maten.« *Kvinnovetenskaplig tidskrift*, 18 (1): 39–54.
- Loseke, D. R. (1999). *Thinking about Social Problems. An introduction to constructionist perspectives*. New York: Aldinde de Gruyter.
- Lundin, S. (2002a). *Tidningen Aftonbladet. Redaktionell policy (rev. 2001)* [www-dokument]. Tillgänglig: <<http://koncernen.aftonbladet.se/tidningen/policy.lasso>> (2002-02-12).
- Lundin, S. (2002b). *Tidningen Aftonbladet Historik* [www-dokument]. Tillgänglig: <<http://koncernen.aftonbladet.se/tidningen/historik.lasso>> (2002-02-12).
- Lunt, P. K. & Livingstone, S. (1992). *Mass Consumption and Personal Identity*. Buckingham: Open University Press.
- Lupton, D. (1995). *The Imperative of Health. Public Health and the Regulated Body*. London: Sage.
- Lupton, D. (1996). *Food, the Body and the Self*. London: Sage.
- Lupton, D. (1999). *Risk*. London: Routledge.
- Lury, C. (1996). *Consumer Culture*. Cambridge: Polity Press.
- Lyman, S. M. (1978). *The Seven deadly sins: Society and Evil*. New York: St. Martin's Press.
- Lytsy, P. (1995). »Bantad mus ger hopp«. *Dagens Nyheter*. (A). 01, 1995-07-28.
- Löfgren Nilsson, M. (2000). »Att göra skillnad – kvinnors betydelse och villkor i svensk nyhetsjournalistik«. I G. Jarlbro & A. Näslund Dahlgren (red.), *Kvinnor och Medier. Rap-*

- port från ett seminarium (s. 7–20). (Nr 6:2000) Stockholm: Stiftelsen Institutet för Mediestudier.
- Mackay, H. (1997). »Introduction«. I H. Mackay (red.), *Consumption and Everyday Life* (s. 1–12). London: Sage.
- Maibach, E. & Parrott, R. L. (red.) (1995). *Designing Health Messages. Approaches from Communication Theory and Public Health Practice*. Thousand Oaks: Sage.
- McCombs, M. E. & Shaw, D. L. (1995). »The agenda-setting function of mass media«. I O. Boyd-Barrett & C. Newbold (red.), *Approaches to Media* (s. 153–173). London: Arnold. (Originalarbete publicerat 1972 i *The Public Opinion Quarterly*, 36:2 (s. 176–187).)
- McManus, J. H. (1994). *Market-Driven Journalism: Let the Citizen Beware?* Thousand Oaks, CA: Sage.
- McQuail, D. (1994). *Mass Communication Theory* (3:e uppl.). London: Sage.
- Mediehandbok (2001). *Svenska massmedier och deras medarbetare, 2001*. Bara: Informationsprojekt i Bara AB.
- Melin-Higgins, M. (1996). *Pedagoger och spårhundar. En studie av svenska journalisters yrkesideal* (Uppsats för filosofie licentiatexamen). Göteborg: Göteborgs universitet, Institutionen för journalistik och masskommunikation.
- Mellemgaard, S. (1998). *Kroppens natur. Sundhedsoplysning og naturidealer i 250 år*. Köpenhamn: Museum Tusulanums Forlag.
- Mennell, S., Murcott, A. & Van Otterloo, A. H. (1992). »The Sociology of Food: Eating, Diet and Culture.« *Current Sociology: Journal of the International Sociological Association*, 40 (2).
- Miles, S. (1998). *Consumerism – As a way of life*. London: Sage.
- Miller, D. (1995). »Consumption as the Vanguard of History«. I D. Miller (red.), *Acknowledging Consumption. A Review of New Studies* (s. 1–57). London: Routledge.
- Mills, W. C. (1985). *Den sociologiska visionen*. (U. Bergryd, övers.). Stockholm: Prisma. (Originalarbete publicerat 1959.)
- Nader, R. (1967). *Den livsfarliga bilen*. (S. Björklund, övers.). Stockholm: Rabén & Sjögren. (Originalarbete publicerat 1965.)
- Nariman, H. N. (1993). *Soapoperas for Social Change. Toward a Methodology for Entertainment Education Television*. Westport: Praeger.
- Nationella folkhälsokommittén (1999). *Levnadsvanor 2. Rapport från arbetsgruppen Levnadsvanor 2 till Nationella folkhälsokommittén* (Underlagsrapport nr 6). Stockholm: Regeringskansliet.
- Nerman, B. (1973). *Massmedieretorik*. Stockholm: Almqvist & Wiksell.
- Nestle, M. (2002). *Food Politics. How the Food Industry Influences Nutrition and Health*. Berkeley: University of California Press.
- Nilsson, P., Niklasson, J.-Å. & Lindgärde, F. (2000). »Kan viktreduktion avhjälpa fetmans problem? Studier antyder ökad dödlighet efter viktnedgång.« *Läkartidningen*, 21 (97): 2645–2646.
- Nilsson, Å. (2000). »Kvantitativ innehållsanalys«. I M. Ekström & L. Larsson (red.), *Metoder i kommunikationsvetenskap* (s. 111–139). Lund: Studentlitteratur.

- Nilsson, Å. & Severinsson, R. (2001). *Trender och traditioner i svensk morgonpress 1987–1999*. JMG, Göteborgs universitet. Göteborg: Dagspresskollegiet.
- Nohrstedt, S. & Nordlund, R. (1993). *Medier i kris. En forskningsöversikt över mediernas roll vid kriser* (Rapport nr 163:4). Stockholm: Styrelsen för psykologiskt försvar.
- Nord, L. (2000). *Mediernas roller i demokratin* (nr 1:2000). Stockholm: Stiftelsen Institutet för Mediestudier.
- Nord, L. (2001). *Vår tids ledare. En studie av den svenska dagspressens politiska opinionsbildning*. Stockholm: Carlssons bokförlag.
- Nordicom-Sverige (2003). *Mediebarometer 2002* (Medienotiser 1/2003). Göteborg: Nordicom-Sverige.
- Nordlund, R. (1994). *Ett triangeldrama. Myndigheter, medborgare och medier i kris* (Meddelande nr 136:a). Stockholm: Styrelsen för psykologiskt försvar.
- Nordlund, R. (1996). *Hot och risk i tid och rum* (Meddelande nr 139). Stockholm: Styrelsen för psykologiskt försvar.
- Oja, I. (1994). »Muterad gen påverkar fetma«. *Dagens Nyheter*. (A). 06, 94-12-02.
- Oscarsson, H. (2003). »Våra grundläggande värderingar«. I S. Holmberg & L. Weibull (red.), *Fåfångans marknad*. (SOM-rapport nr 33). Göteborg: SOM-institutet.
- Palm, G. (2002). *I nationens och marknadens intresse. Journalister, nyhetskällor och EU-journalistik* (Akademisk avhandling för filosofie doktorsexamen). Göteborg: Göteborgs universitet, Institutionen för journalistik och masskommunikation.
- Palm, L. (1994). *Övertalningsstrategier. Att välja budskap efter utgångsläge*. Lund: Studentlitteratur.
- Palm, L. & Hedin, A. (2001). *Hälsoinformatörens handbok*. Stockholm: Folkhälsoinstitutet.
- Patton, M. Q. (1990). *Qualitative Evaluation and Research Methods* (2:a uppl.). Newbury Park: Sage.
- Petersson, O. & Carlberg, I. (1990). *Makten över tanken. En bok om det svenska massmediesamhället*. Stockholm: Carlssons Bokförlag.
- Pettersson, R. (2003). *Rubriker – bruk och missbruk*. Stockholm: Stiftelsen Institutet för Mediestudier.
- Popova, S. (1994). »Konsten att uppfinna problem«. *Dagens Nyheter*. (A). 02, 1994-06-12.
- Ravnskog, U. (2002). »Vem äter 75 kilo chips om dagen?« *Dagens Nyheter*. (A). 15, 02-05-10.
- Rice, R. E. & Atkin, C. K. (red.) (2001). *Public Communication Campaigns* (3:e uppl.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Ricoeur, P. (1988). »Vad är en text?« I P. Kemp & B. Kristensson (red.), *Från text till handling. En Antologi om Hermeneutik* (s. 29–64). Stockholm/Stehag: Symposion Bokförlag. (Originalarbete publicerat 1986, Qu'est-ce qu'un texte? Expliquer et comprendre i Du texte à l'action. Essais d'herméneutique, II.)
- Ritzer, G. (1996). *The McDonaldization of Society*. Thousand Oaks, CA: Pine Forge Press.
- Ritzer, G. (1998). *The McDonaldization Thesis. Explorations and Extensions*. London: Sage.
- Rogers, E. M., Dearing, J. W. & Chang, S. (1991). »AIDS in the 1980s: The Agenda-Setting Process for a Public Issue.« *Journalism Monographs* (126): 1–50.
- Rosenberg, G. (2000). *Tankar om journalistik*. Stockholm: Bokförlaget Prisma.
- Rössner, S. (1988). *Boken om fetma*. Stockholm: Natur och Kultur.

- Rössner, S. (2000). »Stephan Rössner skriver om medicin och media.« *Medikament* (4): 14–15.
- SVU (2002). *Fetma – problem och åtgärder* (Rapport nr 160). Stockholm: Statens beredning för medicinsk utvärdering.
- SCB (2002). *Statistisk Årsbok 2002*. Örebro: Statistiska Centralbyrån.
- Shands, K. W. (1997). »Hur mycket plats får kvinnor (ä)ta upp? Mat rum och kroppshydro.« *Kvinnovetenskaplig tidskrift*, 18 (1): 4–11.
- Shilling, C. (1993). *The Body and Social Theory*. London: Sage.
- Simonsson, C. (2002). *Den kommunikativa utmaningen. En studie av kommunikationen mellan chef och medarbetare i en modern organisation* (Akademisk avhandling för filosofie doktorsexamen. Lund Studies in Media and Communication 6). Lund: Lunds universitet, Avdelningen för medie- och kommunikationsvetenskap.
- Singhal, A. & Rogers, E. M. (1989). »Prosocial Television for Development in India«. I R. E. Rice & C. K. Atkin (red.), *Public Communication Campaigns* (s. 331–350) (2:a uppl.). Newbury Park: Sage.
- Singhal, A. & Rogers, E. M. (2001). »The Entertainment-Education Strategy in Communication Campaigns«. I R. E. Rice & C. K. Atkin (red.), *Public Communication Campaigns* (s. 343–356) (3:e uppl.). Thousand Oaks: Sage.
- SJF (2001). *Svenska Journalistförbundet* [www-dokument]. Tillgänglig: <<http://www.sjf.se/sjf2/default.asp?xp=2&cat=2>> (2002-06-05).
- Sjöblom, A. (2000). »Lika många feta som undernärda«. *Dagens Nyheter*. (A). 5, 2000-01-31.
- Slater, D. (1997). *Consumer Culture & Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Snarud, P. (2003). »Autism spårat till gener«. *Dagens Nyheter*. 2003-03-26.
- Snyder, L. B. & Rouse, R. A. (1995). »The Media Can Have More Than an Impersonal Impact: The Case of AIDS Risk Perceptions and Behaviour.« *Health Communication*, 7 (2): 125–145.
- Sobal, J. & Maurer, D. (red.) (1999a). *Interpreting Weight. The Social Management of Fatness and Thinness*. New York: Aldine de Gruyter.
- Sobal, J. & Maurer, D. (red.) (1999b). *Weighty Issues. Fatness and Thinness as Social Problems*. New York: Aldine de Gruyter.
- Socialstyrelsen (1997). *Folkhälsorapport 1997* (SoS-rapport 1997:18). Stockholm: Socialstyrelsen.
- Socialstyrelsen (2001). *Folkhälsorapport 2001*. Stockholm: Socialstyrelsen.
- Sontag, S. (1988). *Aids och dess metaforer*. (B. Skogsberg, övers.). Stockholm: Brombergs.
- SOU (1994:94). *Dagspressen i 1990-talets medielandskap*. Stockholm: Kulturdepartementet.
- SOU (1996:10). *Forskning för vår vardag. Slutbetänkande av Konsumentforskningsutredningen*. Stockholm: Civildepartementet.
- SOU (2000:91). *Hälsa på lika villkor. Nationella mål för folkhälsan. Slutbetänkande av Nationella folkhälsokommittén*. Stockholm: Socialdepartementet.
- Stephenson, M. T. & Witte, K. (2001). »Creating Fear in a Risky World: Generating Effective Health Risk Messages«. I R. E. Rice & C. K. Atkin (red.), *Public Communication Campaigns* (s. 88–104) (3:e uppl.). Thousand Oaks: Sage.
- Stinson, K. M. (2001). *Women and Dieting Culture. Inside a Commercial Weight Loss Group*. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press.

- Strid, J. (2000). »Viktigt innehåll då och nu«. I I. Wadbring & L. Weibull (red.), *Tryckt. 20 kapitel om dagstidningar i början av 2000-talet* (s. 79–90). Göteborg: Dagspresskollegiet. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.
- Strömbäck, J. (2002). *Medialiserat politiskt ledarskap – en kunskapsöversikt* (Nr 2002:5). Stockholm: Stiftelsen Institutet för Mediestudier.
- Strömbäck, J. (2003). »Journalistik eller pseudojournalistik?« *DIK forum* (17): 7.
- Thelander, Å. (2002). *En resa till naturen på reklamens villkor* (Akademisk avhandling för filosofie doktorsexamen. Lund Studies in Media and Communication 4). Lund: Lunds universitet, Avdelningen för medie- och kommunikationsvetenskap.
- Thompson, J. B. (1995). *The Media and Modernity. A Social Theory of the Media*. Cambridge: Polity Press.
- Thompson, K. (1998). *Moral Panics*. London: Routledge.
- Tidningsstatistik (2001). *Svensk annonstaxa. Dagspress*. Tidningsstatistik AB.
- Trosslöv Aronsson, A. (1998). *Idealized Body Images in Ads – A consumer Perspective*. Paper presenterat vid Nordic Consumer Research, Lillehammer. 11–14 november 1998.
- Turner, B. S. (1984). *The Body and Society: Explorations in Social Theory*. Oxford: Basil Blackwell.
- Turner, B. S. (1991). »Recent Developments in the Theory of the Body«. I M. Featherstone, M. Hepworth & B. S. Turner (red.), *The Body. Social Process and Cultural Theory* (s. 1–35). London: Sage.
- Wadbring, I. (2000). »Tidningsläsare i storstadsområdena«. I S. Holmberg & L. Weibull (red.), *Det nya samhället* (s. 127–135). (SOM-rapport nr 24). Göteborg: SOM-institutet.
- Van Dijk, T. A. (1988). *News Analysis: Case studies of international and national news in the press*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Van Zoonen, L. (1994). *Feminist Media Studies*. London: Sage.
- Vassilaros, K. (2001). »Frågor och svar om Statens folkhälsoinstitut.« *Folkhälsoenheten* (2): 5–6.
- Weibull, L. (2003). »Medieförtroende 1999–2002«. I S. Holmberg & L. Weibull (red.), *Färfångans marknad* (s. 203–214). (SOM-rapport nr 33). Göteborg: SOM-institutet.
- Windahl, S. (1975). *Professionella kommunikatörer – en explorativ studie*. Lund: Studentlitteratur.
- Windahl, S. & Signitzer, B. (1992). *Using Communication Theory. An Introduction to Planned Communication*. London: Sage.
- Wolf, N. (1992). *Skönhetsmyten. Hur föreställningar om skönhet används mot kvinnor*. (M. Eklöf, övers.). Stockholm: Natur och Kultur. (Originalarbete publicerat 1991.)
- Yanovitzky, I. (2002). »Effect of News Coverage on the Prevalence of Drunk-Driving Behavior: Evidence from Longitudinal Study.« *Journal of studies on alcohol*, 63 (3): 342–351.
- Östberg, J. (2003). *What's Eating the Eater? Perspectives on the Everyday Anxiety of Food Consumption in Late Modernity* (Akademisk avhandling för filosofie doktorsexamen. Lund Studies in Economics and Management 75). Lund: Lunds universitet, Företags-ekonomiska institutionen.

Källförteckning

- AB (970104). *Nytt piller får dig att avstå fett*. Björnör Carlsson, Ann Cathrine.
- AB (970125). *Professorn som kan rädda alla tjockisar*. Olsson, Lena.
- AB (970208). *Se upp – fettvalkarna breder ut sig*. Thorsson, Gunilla.
- AB (970220). – *Jag fick nog av min fetma. Nick Borgen blixtbantar bort 15 kilo till schlager-sm*. Andersson, Jesper.
- AB (970301). *Bli av med fettet – för alltid. Fettbrännarspecial*. Thorén, Petra.
- AB (970305a). *Feta får lida på grund av krisen*. Olsson, Lena.
- AB (970305b). *Inger har väntat i ett och ett halvt år på operationen*. Olsson, Lena.
- AB (970312). *Så kan du testa nya bantarpillret*. Olsson, Lena.
- AB (970315). *Tjock – och frisk*. Fernvall, Lotte.
- AB (970318). *Varför bantar 7-åriga flickor? Allt fler småflickor bantar – och det är mammas fel*. Mårtensson, Mary.
- AB (970323). *20 000 ville testa bantningspiller*. (Osignerad artikel).
- AB (970405). *Akrakas nya vinnarmeny*. Sjöman, Tomas.
- AB (970406). *Söndag*. Svenning, Olle.
- AB (970408). – *Virus kan orsaka fetma*. (Notis).
- AB (970412). – *Jag gick ner 33 kilo på ett halvår*. Sjöman, Tomas.
- AB (970426). – *Jag blir frisk av att motionera*. Ekelund Willén, Gabriella.
- AB (970503). *Nu ska kilona bort – för gott*. Sjöman, Tomas.
- AB (970510). – *Nu kan jag äta vad som helst*. Sjöman, Tomas.
- AB (970517). – *Jag bantade för att överleva*. Sjöman, Tomas.
- AB (970531). *Eva blev förolämpad – och bantade 38 kilo*. Sjöman, Tomas.
- AB (970607). – *Så här behåller du din nya vikt. Rekordbantaren Eva varnar för återfallsrisken*. Sjöman, Tomas.
- AB (970619). *Nytt bantarpiller är på väg*. Hansson, Anita.
- AB (970720a). *Frukt kan bli din smala lycka*. Michanek, Bengt.
- AB (970720b). *Sämst i Europa*. Thorneus, Patrik.
- AB (970823). *Så går du också mot en smal höst*. Arhammar, Jenny.
- AB (970827). *Bantarpillret kan vara dödligt*. Kasvi, Lennart.
- AB (970915). »Sveriges fetaste man måste få en operation«. Ohlsson, Per Ola.
- AB (970929). *Finländarna ska bantas – med en miljon kilo*. Hansson, Anita.
- AB (971001). *Du har rätt till ditt fett*. Mosander, Ingalill.

- AB (971012). *Drack vatten – 21 kilon försvann*. Ohlsson, Per Ola.
- AB (971017). *Killarna tänder på min kropp*. Carlsson, Anna.
- AB (971112). *Banta med hjärnan – 5 nycklar till framgång*. Jansson, Tia.
- AB (971203). *Så behåller du vikten*. Sundholm, Magnus.
- AB (971207). *Nazisterna hade gillat »Expedition: Robinson«*. Bernstrup, Gunnar.
- AB (971230). *13-åriga Christina dog av fetma. Mamman åtalas för hennes död*. Sundholm, Magnus.
- AB (980117). *5-veckorsprogrammet: Tipsen som gör smalkursen till en lätt match*. Arhammar, Jenny.
- AB (980124). *–Skönt att slippa en operation*. Sjöman, Tomas.
- AB (980221). *Bryt din onda cirkel och förbli smal*. Carlsson, Christian.
- AB (980228). *Bantarprillan – ny metod att bli smal*. Toikkanen, Vivvi.
- AB (980321). *Dr Rössners ätskola: Hormonerna som styr ditt matbegär*. Ekelund Willén, Gabriella.
- AB (980328a). *Dr Rössners ätskola: Fyll på med rätt bränsle*. Ekelund Willén, Gabriella.
- AB (980328b). *Dr Rössners ätskola: Ladda smart med rätt mat*. Ekelund Willén, Gabriella.
- AB (980404a). *Bli smal med nya dieten som passar alla figurer*. Arhammar, Jenny.
- AB (980404b). *Följ cirkeln som kan göra dig vårsmal*. Stenroth, Ulrika.
- AB (980404c). *Snabba metoden*. Toikkanen, Vivvi.
- AB (980411). *Finn harmoni i kropp och själ*. Olsson De Groat, Angelin.
- AB (980509). *Maten som gör dig sommarslank*. Arhammar, Jenny.
- AB (980701). *»Nya bröst – säker väg i karriären«*. Lindahl, Jenny; Zetterberg, Hanna & Zavala-America, Vera.
- AB (980718). *Nyttigt gummi – bara tugg?* Olsson, Lena.
- AB (980816). *Ordföranden vill göra LO smalare*. Crofts, Maria.
- AB (981202). *Arissa bantade sex kilo. Övervikt äventyrar hundarnas hälsa*. Hansson, Anita.
- AB (990102). *Titanicstjärnanas nya supermetod*. André, Petra.
- AB (990105a). *Fler piller mot sjuklig fetma*. Hougner, Caroline.
- AB (990105b). *Magnus var för fet för att få jobb*. von Essen, Ebba.
- AB (990122). *Hon blev smal av ny medicin. Snart finns det nya preparatet i Sverige*. Nilsson, Kerstin.
- AB (990208). *Fetma dyrare än impotens*. Klüft, Stina.
- AB (990209). *»Äntligen – nu ska jag lyckas«. Följ Birgittas kamp med det nya bantningsmedlet*. Sohlström, Per Iwar.
- AB (990213). *Nyttig(?) piller för miljarder. (Osignerad ledare)*.
- AB (990220). *»Citronkuren gjorde mig 14 kilo lättare«*. Sjöman, Tomas.
- AB (990313a). *»Bantarpillren är för långsamma«. Birgitta har gått ned två kilo på en månad med Xenical*. Sohlström, Per Iwar.
- AB (990313b). *Sätt plåster på ditt sug*. André, Petra.
- AB (990314). *Ät fett – bli smal*. Kvarning, Magdalena.
- AB (990320). *Det lätta gör dig tyngre*. Carlsson, Christian.
- AB (990327a). *Gå ner i vikt med färgdieten*. Sjöman, Tomas.
- AB (990327b). *Så ser du om du lider av fetma – räkna ut din BMI*. von Essen, Ebba.

- AB (990417). *Tappa kilon med färgglada menyer*. Arhammar, Jenny.
- AB (990420). *Cykla – annars stängs tv:n av*. Olsson, Bengt.
- AB (990527a). *–Bantarpillret fungerade inte. Gick bara ned fyra kilo med Xenical – trots gympa och diet*. Hougner, Caroline.
- AB (990527b). *Våga vara fettmonster*. Lidbeck, Petter & Palmcrantz, Ulrika.
- AB (990605). *Ett icke-blodigt alternativ till fettsugning*. Björnör Carlsson, Ann Cathrine.
- AB (990619). *Vem håller måttet? Tung gump bättre än mullig mage*. Thorén, Petra.
- AB (990715). *Bli vän med din kropp*. Lundbäck, Annica.
- AB (990718). *Bilden förändrade mitt liv*. Svenonius, Camilla.
- AB (990814). *Nya trenden – ät mer fett!* Widell, Erika.
- AB (990828a). *Nya enkla metoden att gå ner i vikt*. Arhammar, Jenny.
- AB (990828b). *Smalare för hälsans skull*. Stenroth, Ulrika.
- AB (990902). *Lewinsky tänker banta*. Sundholm, Magnus.
- AB (990906). *Han bytte pizzan mot pasta – gick ner 40 kilo*. Sörbring, Karin.
- AB (990924). *Fetma är en sjukdom*. Åhman, Lars.
- AB (990926). *Anette, 28: Så gick jag ned 40 kilo*. Söderberg, Lars.
- AB (991023). *Ny kropp år 2000. Vi hjälper dig fixa ny figur till årsskiftet*. Stenroth, Ulrika.
- AB (991030a). *Oldsberg utmanar dig! »Jag ska gå ner tio kilo på åtta veckor«*. Sjöman, Thomas.
- AB (991030b). *Resan mot en ny kropp har börjat*. Stenroth, Ulrika.
- AB (991031). *Britterna är fetast i Europa*. Hvidfelt, Anders.
- AB (991105). *Bilringar runt magen ökar risken för bröstcancer*. Westerlund, Tommy.
- AB (991128). *Var tredje är överviktig*. (Notis).
- AB (991225a). *Bra jobbat Oldsberg! Ingvar spurtar i mål – 7,5 kilo lättare*. Sjöman, Thomas.
- AB (991225b). *Malin vann titeln Kropp 2000. Malin, 23, gick ner tio kilo på åtta veckor*. Sjöman, Tomas.
- AB (000121). *»Samtal är bättre än mediciner«*. Moberg, Åsa.
- AB (000516). *Kall vinter gör dig tjock*. (Notis).
- AB (000701). *Fruktdieten – Kom i form med frukt och grönt*. Bäcker, Christina.
- AB (000729). *Nytt piller gör feta möss smala*. Wennman, Peter.
- AB (000812). *Få kroppen i balans*. Ahlberg, Irene.
- AB (000813). *Forskarlarm: fetma smittar*. Forsman, Caroline.
- AB (000916). *Smalmat kan göra dig tjock*. Högfeldt, Per.
- AB (001021). *Grapefrukt – den nya tidens medicin?* Lundborg, Johannes.
- AB (001022). *Förbannad? Du sover för lite*. (Osignerad artikel).
- AB (010120). *Fettsugning hjälper mot diabetes*. von Proschwitz, Charlotte.
- AB (010125). *Vem tycker du är för tjock? FETA AFFÄRER En serie om bantning*. Vallgren, Christina.
- AB (010210). *Gå ner i vikt med självhypnos*. von Proschwitz, Charlotte.
- AB (010303). *Större risk för prostatacancer för måttligt överviktiga*. Hougner, Caroline.
- AB (010317). *Ät godis med gott samvete. Byt ut chokladen mot skumbanuner och slipp bilringar*. Widell, Erika.
- AB (010330). *Ät så mycket du orkar – och gå ner i vikt*. Sundholm, Magnus.

- AB (010331a). *Därför blir vi bara tyngre och tyngre*. Holm, Petra.
- AB (010331b). *Fakta/Fett och övervikt*. (Osignerad artikel).
- AB (010331c). *Häng med i Hälsas må bra-satsning*. Bäcker, Christina.
- AB (010331d). – *Så blev jag 44 kilo lättare*. Sjöman, Tomas.
- AB (010404). *Kortare sjukhusköer eller sexpiller?* (Osignerad ledare).
- AB (010529). *Breda höfter kan ge dig längre liv*. Lutteman, Markus.
- AB (010609). *Bli smal snabbt – Mamma grät av lycka när hon såg mig*. Sjöman, Tomas.
- AB (010623). »*På tre månader gick jag ner sex kilo*«. Lundborg, Johannes.
- AB (010708). *Hon äter sig fet för att bli gift*. Lamb, Christina.
- AB (010729). *Brittiska katter måste banta*. (Notis/DPA-TT).
- AB (010910). *Feta barn blir sjuka vuxna*. Schulman, Salomon & Sveger, Thomas.
- AB (011003). *Fetma hos barn. Fetma-experten svarar på frågor om barn och övervikt*. Mårtensson, Mary.
- AB (011004). »*Jag är en sådan överviktig jävel*«. Rutgersson, Thor.
- AB (011014). *Norrmän nära gränsen blir fetare – av Sverige*. Axlund, Petra.
- AB (011105). *Svensk fetma en miljonindustri*. Wahl, Hillevi.
- AB (011113). *14 steg som håller dig ung*. Holm, Petra.
- AB (011201). *Tjejmobilien vet om du är för fet*. Larsson, Christina.
- DN (970216). *Medicinhopp för överviktiga*. (Notis).
- DN (970221). *Smek kylan*. Nylén, Leif.
- DN (970305). *Flest feta finns i New Orleans*. (Notis/AP).
- DN (970311). *Bantarpiller i stor studie*. Sandberg, Peter.
- DN (970320). *Katten, vad fet hunden är! Många av älsklingsdjuren där hemma behöver gå ned i vikt efter julens ätande*. Barvefjord, Ulla.
- DN (970321). *Fetma: Magen mäts på höjden. Läkare skiljer på farlig och ofarlig övervikt*. Hernbäck, Eva.
- DN (970406). *Bantning förblir en tung sak*. Rössner, Stephan.
- DN (970420). *På jobbet/i Västerås: Trötthet och fetma väck*. Keller, Awiwa.
- DN (970604). *Hormon ger överviktiga nytt hopp*. Sandberg, Peter.
- DN (970614). »*Allt för positiv bild av folkhälsan*«. Socialstyrelsens folkhälsorapport kan tas till intäkt för att ingenting behöver göras. Persson, Margareta.
- DN (970619). *Notan för fetma blir allt dyrare. Folkhälsoproblem. En halv miljon svenskar för feta*. Carlsson, Christian.
- DN (970624). *Tjock rätta*. (Notis).
- DN (970714). »*Mager mjölk lika farlig som fet*«. Det är inte fett i mjölken som orsakar åderförkalkning och hjärtinfarkt. Lindeberg, Staffan.
- DN (970920). *Medel av stor vikt för många*. DN *Lördag testar pulverbantning*. Hahne, Elsa.
- DN (971015). *Fast i kaninhålan*. (Notis).
- DN (971206). *Risk för kulmage*. (Osignerad artikel).
- DN (971221). *1700-talets monster tillbaka*. Lind, Ingela.
- DN (980109). *Vilsen 50-åring på flyget till ingenstans*. Goldman, Anita.
- DN (980306). »*Stillasittande hotar ungas hälsa*«. Larmrapport om ungas motionsvanor: Var tredje 15-åring rör sig skadligt lite. Engström, Lars-Magnus.

- DN (980322). *Replik: »Professor vilseleder om motion«*. Streiffert, Helena.
- DN (980605). *»Vi får fel syn på sex« Vänsterpartister: Porrindustrin, och medierna ger oss kvinnor en skev självbild*. Lindahl, Jenny; Zetterberg, Hanna & Zavala-America, Vera.
- DN (981025a). *Den allmännyttiga erotiken*. Sander.
- DN (981025b). *»Var fjärde svensk i riskzonen«. Professor slår larm: 25 procent av befolkningen rör sig så lite att de hotas av för tidig död*. Ekblom, Björn.
- DN (990104). *Vid Årstavikens strand*. (Osignerad artikel).
- DN (990115). *Krav ställs för bantningspiller*. Hellbom, Kerstin.
- DN (990119). *Tunga färingar*. (Notis).
- DN (990128). *Bantningspiller kan få statsstöd. Förhandling om priset: Inga subventioner om inte parterna kommer överens*. Hellbom, Kerstin.
- DN (990306). *Utslagen gen hjälper möss att hålla vikten*. (Notis).
- DN (990412). *Bantningserbjudande misstänks vara bluff*. (Osignerad artikel).
- DN (990504). *Feta finnar frodas*. (Notis).
- DN (990523). *»Social stress lika farlig som rökning.« Ny omfattande parlamentarisk utredning: Ökade klassklyftor är ett stort hälsoproblem i Sverige*. Persson, Margareta.
- DN (990525). *Övervikt ökar risken för diabetes*. Anderberg, Sigge.
- DN (990703). *Celluliterna anfaller*. Pesikan, Evelyn.
- DN (990731). *Aptithormon bakom epidemi av fetma*. (Notis).
- DN (990815). *I korthet*. (Notis).
- DN (990905). *Hopp om fetmamedicin grusas. Undersökning i Umeå. En metod som fungerade på möss fungerar inte på människor*. Hellbom, Kerstin.
- DN (990911). *Är sockerpiller framtidens melodi?* Jersild, P C.
- DN (990914). *Bantarpiller tung utgift. 100 miljoner om året. Landstinget skulle istället kunna bekosta 2 500 höftledsoperationer*. Sörbring, Gunnar.
- DN (991002). *Sockra utan dåligt samvete*. Bornholm, Helena.
- DN (991003). *Bantningsmedel på svart marknad*. (Notis/TT).
- DN (000112). *I korthet*. (Osignerad ledare).
- DN (000226). *Dokumentärfilm om landet vi lever i*. Jersild, P C.
- DN (000510). *Nya läkemedel – nya möjligheter*. Kjöllér, Hanne.
- DN (000704). *USA*. (Notis/TT-Reuters).
- DN (000723). *London/Lördag: Eucador – den senaste pinsamma förlusten*. Christenson, Marcus.
- DN (000725). *Vaniljplåster mot chokladsug*. (Notis/TT-Reuters).
- DN (001012). *Proteststorm mot bantad skolidrott: »Skolministern hotar folkhälsan«*. Sandlin-Hedman, Lena; Kollmats, Lennart; Wälivaara, Erling; m. fl.
- DN (001214). *Apropå förklaringar*. Hedvall, Barbro.
- DN (010103). *Die Männer der Ost...* (Notis).
- DN (010129). *Andelen överviktiga ökar*. (Notis).
- DN (010211). *Repliken: »Svensk sjukvård ska nå alla«*. Isaksson, Lars.
- DN (010214). *Varför dör vi? Vem äger hälsan?* (Osignerad ledare).
- DN (010404). *Stöd till vården: Piller för feta och impotenta tappar stöd*. Alfredson, Lena.
- DN (010406). *Livsstilsmediciner*. Meri, Tiina.

- DN (010408). *Repliken. »Lars Engqvist underskattar fetmans risker«.* Reynisdottir, Signy & Rooth, Pål.
- DN (010421). *Armar uppåt sträck.* Meri, Tiina.
- DN (010422). *Forskare vill ge barn bantarpiller.* (Notis/TT).
- DN (010529). *Barnombudsmannen och SCB i ny rapport: »Ökande orättvisor mellan barn«.* Nyberg, Lena.
- DN (010531). *Simma lugnt i skolan.* (Osignerad ledare).
- DN (010616). *OM HÄLSAN. Rökare spar pengar åt staten.* Nordgren, Malin.
- DN (010706). *Läkemedel: Få fick rabatt på Viagra och Xenical.* Sjöquist, Fredrik.
- DN (010709). *Ny svensk larmrapport om sambandet mellan fetma och vuxendiabetes: »Diabetsrisk dubbelt så stor för kvinnor«.* Flodmark, Carl-Erik; Lindroos, Anna-Karin; Näslund, Erik; Näslund, Ingmar; Rasmussen, Finn & Rössner, Stephan.
- DN (010710). *Apropå Xenical.* Nordenson, Magdalena.
- DN (010728). *Förödande överflöd.* Rössner, Stephan.
- DN (010818). *EU vill sätta gränser för fetma.* Johansson, Astrid.
- DN (010903). *Pillerbantning gav ingen lättnad.* Bengtsson, Eva-Maria.
- DN (010919). *Skolidrott: Fetma ett allt större problem.* Hellbom, Kerstin.
- DN (011230). *Farligare att vara smal och lat än tjock och aktiv, varnar Gunnar Ågren: »Ge motion på recept«.* Ågren, Gunnar.
- DN (0100218). *Åtta läkare och forskare kräver lag om förbud: »Reklam för läkemedel är en hälsofara«.* Gustafsson, Lars m. fl.
- HD (970311a). *150 får vara med i Helsingborg.* Schön, Lisbeth.
- HD (970311b). *Nytt hopp för tungviktare.* Öinert, Benny.
- HD (970608a). *Fet fetare... Därför väger svenskarna allt mer.* Holmberg, Suzanne.
- HD (970608b). *Släng bantningsrecepten!* Holmberg, Suzanne.
- HD (970609). *Mat & manipulation. Vi blir fetare bantningsindustrin blir rikare.* Polvall, Tomas.
- HD (970627). *Inte ett hekto lättare – bara fattigare.* Nilsson, Sofia.
- HD (970806). *Ny avdelning på lasarettet. Riksomfattande bantningsstudie skapar vårdjobb i Helsingborg.* Schön, Lisbeth.
- HD (970831). *Finländarna allt rundare.* (Notis).
- HD (970902). *Feta hundar.* (Notis).
- HD (970913). *Nallarna gör att vi blir allt fetare.* (Notis).
- HD (970923). *Gruppträffar bra mot buk fett.* Johansson, Britt-Marie.
- HD (980103). *Forskare varnar för övertro på bantning.* Lindström, P-O.
- HD (981213). *Rössner, Stephan »Kroppen har rätt«.* A, J.
- HD (990105). *Bantade 70 kilo på ett år.* (Osignerad artikel/TT).
- HD (990122). *Fetma är bra mot benskörhet.* (TT).
- HD (990202). *Bantare får eget antabuspillers.* Ahlborn, Kenneth.
- HD (990411). *Tigrar äter vegetariskt.* (Notis).
- HD (990515). *Lägre vikt räddar hjärtat.* (Osignerad artikel/TT).
- HD (990620). *Zickzack.* (Notis).
- HD (990729). *För tjock för ett lån.* (Osignerad artikel/TT).

- HD (990829). *Klädsam pondus eller äcklig fetma?* Bengnér, Lotta.
- HD (990919). *Alkoholpolitiken under omprövning.* Asp, Jan-Olof.
- HD (991128). *Man med tyngd ska locka turister.* (Notis).
- HD (000108). *Väldigt länge sedan.* (Osignerad artikel).
- HD (000328). *Amerikaner väger tungt.* (Notis).
- HD (000628). *Pressklipp.* (Osignerat debattinlägg).
- HD (000708). *Två hjärtan ses som orättvisa betyg. Överläkare missuppfattade enkätfrågor och försvarar nu lasarettets rehabilitering.* Tornbjer, Eva.
- HD (001004). *Åtskilligt nytänkande krävs i sjukvården.* Asp, Jan-Olof.
- HD (001013). *Mer idrott kan ge bättre betyg.* Asp, Jan-Olof.
- HD (001021). *Rekordet: Fetaste katten i historien.* (Notis).
- HD (010204). *Inblick: Krisen i vården. Dags att skrota landstingssjukvården.* Asp, Jan-Olof.
- HD (010225). *Inblick: Unga och droger. Demaskera de lömska hoten mot våra unga.* Asp, Jan-Olof.
- HD (010305). *Otäckta perspektiv – inte bara för idrotten.* Asp, Jan-Olof.
- HD (010422). *Forskare vill ge barn bantarpiller.* (TT).
- HD (010616). *Midjemått avgör farlig fetma.* (Notis/HD).
- HD (010804). *Sydsvenska Dagbladet (oberoende liberal) oroas av den allt mer utbredda fetman: Fettbomben tickar. Snart exploderar den.* (Osignerat debattinlägg).
- HD (010824). *En Magnum Classic och 214 gram lösgodis.* Polvall, Tomas.
- HD (011123). *Psykiatri kan minska magen.* Öinert, Benny.
- HD (011219). *Sjukvården.* Olofsson, Sven-Åke.
- HD (011229). *Oväntad upptäckt kan ge bättre medicin mot fetma.* Larsson, Micke.
- VK (970117). *Korståg mot fetman.* Arvidsson, Fredrik & Gunséus, Johan.
- VK (970414). *Målet är 100 kilo lättare.* Marklund, Ingrid.
- VK (000214). *Grattis på alla hjärtans dag. Hjärtinfarkt och slaganfall – stora folksjukdomar i norra Sverige.* Asplund, Kjell; Stegamy, Birgitta & Nilsson, Marie.
- VK (000523). *»Ett folkhälsoproblem. Fetma – världens snabbaste växande epidemi.«* Ericsson, Göran.

Bilaga 1 – Kodschema

<i>Identitet</i>		<i>Skrib. kön</i>		<i>Övervikt/fetma i rubrik</i>	
Nr	0001–1925	Man	1	Inte i rubrik	0
		Kvinna	2	I rubrik	1
<i>Tidning</i>		Framgår ej	3		
DN	1	Både man & kvinna	4	<i>Övervikt innehåll</i>	
AB	2			Huvudsak	1
HD	3	<i>Artikel typ</i>		Bisak	2
VK	4	Notis	1		
		Ledare	2	<i>Överviktsperspektiv</i>	
<i>Publiceringsår</i>		Debatt	3	Hälso-/riskpersp.	1
År	1997...osv.	Nyhet	4	Kosmetiskt persp.	2
		Annat	5	Prestationspersp	3
<i>Datum</i>		Krönika/kåseri/kom.	6	Socialt persp.	4
dd.mm.åå				Hälsopol./ek. persp.	5
		<i>Avdelning</i>		Forskningpersp.	6
<i>Storlek (i antal tecken)</i>		Första sida	1	Närings-/industri-	
Notis > 1000t	1	Ledare	2	perspektiv	7
Mellan 1-5000t	2	Debatt	3	Djurpersp.	8
Large < 5000t	3	Nyhet lokal	4	Bara egenskap	9
		Nyhet inrikes	5	(NB! Kodas hädan-	
<i>Placering</i>		Nyhet utrikes	6	efter 99)	
Första sidan	1	Kultur	7	Flera persp.	10
Annan	2	Nöje	8	Annat	11
		Eko/näring	9		
<i>Ursprung</i>		Sport	10	<i>Huvudsaklig aktör</i>	
Nyhetsbyrå	1	Hälsa	11	Med. expertis/forsk.	1
Eget mat.	2	Familj	12	Annan forskare	2
Annat medium	3	Kvinna	13	Politiker	3
Extern op.bild	4	Annan	14	Artist/kändis	4
Vet ej	5			Näringslivrepr.	5
				öR	6
				Journalist	7

Medier & fetma

Medborgare	8	<i>Arena utspel</i>		Frågande	5
Annan	9	Svensk	1	Ironiserande/humor.	6
Myndighet	10	Icke svensk	2	Mix	7
Ingen dominerar	11	Framgår ej	3	Ingetdera	8
Ej relevant	99	Både sv. & icke-sv.	4	Ej relevant	99
		Ej relevant	99		
<i>Arena berörd</i>				<i>Artikel illustrerad</i>	
Svensk	1	<i>Karaktär/tonläge</i>		Ej illustrerad	0
Icke svensk	2	Alarmerande/fara	1	Illustrerad	1
Framgår ej	3	Analyserande/förklar.	2	Framgår ej	2
Både sv. & icke-sv.	4	Beskrivande	3	Ej relevant	99
Ej relevant	99	Försäkrande/ hoppingivande	4		