

Beteckning: _____



Akademien för hälsa och arbetsliv

Medias påverkan på individers kostvanor
och fysiska aktivitet: En kvalitativ studie om
livsstilsbudskap och hälsa

Katarina Persson
Januari 2011

Uppsats på C- nivå 15 hp

Folkhälsovetenskap:
Teori och metod med tillämpning och examensarbete 30 hp

Hälsopedagogiska programmet 180 hp
Handledare: Gisela van der Ster
Examinator: Birgitta Wiitavaara

Sammanfattning

Persson, K. (2011). *Medias påverkan på individers kostvanor och fysiska aktivitet: En kvalitativ studie om livsstilsbudskap och hälsa*. Folkhälsovetenskap C: Teori och metod med tillämpning och examensarbete. Akademin för hälsa och arbetsliv: Högskolan i Gävle.

I dagens samhälle sprids budskap om hälsa och en hälsosam livsstil genom en mängd olika informationskanaler, där kanske den största är media. Då mediavärlden kan ses som en stark trendsättare och då de flesta människor på ett eller annat sätt kommer i kontakt med media och dess budskap, var syftet med denna studie att undersöka hur individen upplever att medias budskap om hälsa påverkar livsstilen gällande kostvanor och fysisk aktivitet. Vilka mediabudskap rörande kost och fysisk aktivitet nås individen av? Hur stämmer dessa överens med officiella rekommendationer och hur upplever individen att livsstilsval påverkas av dessa budskap? Studiedesignen var empirisk, kvalitativ av deskriptiv karaktär. Sammanlagt har nitton semistrukturerade intervjuer genomförts, med tre män och sexton kvinnor.

Åldersfördelningen varierade mellan arton och femtiosju år. Det insamlade intervjumaterialet analyserades genom en innehållsanalys som visade att mediabudskap påverkade informanterna olika beroende på ålder, intresse och livssituation samt yrke. Bland de yngre informanterna relaterades kost och fysisk aktivitet i hög grad till utseendet. Medias budskap kunde även upplevas som en press, där en smal kroppsbyggnad bland de yngre kvinnorna var förknippad med bättre självförtroende och psykiskt välbefinnande. Vad gällde kosthållning kunde stressen i vardagen vara en avgörande faktor, men där även media och samhället hade en avgörande roll och var viktiga trendsättare.

Bland de äldre informanterna fick riskbudskap om livsmedel, livsmedels ursprung och innehåll större utrymme, och manade till eftertanke i högre utsträckning än andra mediabudskap. Kroppens åldrande och vikten av att hålla igång för att slippa värk var i högre grad motiverande för träning och fysisk aktivitet än medias budskap om ett vackrare utseende. Majoriteten av informanternas mål med hälsa och livsstil var att må bra, träna mer och ta hand om sig själva. Flertalet hävdade också att mediabudskap inte helt gick att lita på. Bland de yngre informanterna fanns en hög grad av medvetenhet kring hur media förvränger och omvandlar budskap om kroppsideal och utseende, varpå påverkan upplevdes ske medvetet, trots att full förståelse fanns för att budskapen varken var sanningsenliga eller verklighetstrogna.

Abstract

Persson, K. (2011). *Media's impact on the individual's diet and physical activity: A qualitative study on lifestyle messages and health*. Science of public health C: Theory and method with application and examination paper. Department of Health and Working Life: University of Gävle.

In today's society messages about health and healthy lifestyles are spread through a variety of information channels, where perhaps the biggest is the media. Since the media world can be seen as a strong trend setter, the purpose of this study was to investigate how the individual experiences that media's messages about health affect the lifestyle regarding diet and physical activity. What types of media messages reach the individual? Do the individuals perceive these to be consistent with official recommendations and how do individuals experience that lifestyle choices are affected by these messages? The study design was empirical, qualitative and of a descriptive character. A total of nineteen semi-structured interviews have been conducted, with three men and sixteen women. The gathered data was analyzed through a content analysis. The main results showed that media messages affect informants differently depending on age, interest, lifestyle and profession. Among the younger informants, diet and physical activity were more related to appearance than among the older informants and media impact was experienced to occur consciously. Among the older informants risk messages were given more consideration and old age was considered a motivation to increase exercise and physical activity.

Keywords: Media message, lifestyle, impact, diet & physical activity

Förord

Ett stort tack till alla som på något sätt bidragit till genomförandet av denna studie. Ett särskilt innerligt tack till Gisela van der Ster för god handledning och snabba svar på frågor samt för alla goda tips och råd. Vidare ett hjärtligt tack till studiekamrater och familj för allt stöd och uppmuntran och för det tålamod som visats, när humöret varit mindre gynnsamt. Slutligen ett evigt tack till alla tålmodiga och intresserade personalchefer och informanter jag träffat på i samband med denna studie. Utan er hade genomförandet varit omöjligt. TACK!

Uppsala den 6/1-2011

Katarina Persson

Innehållsförteckning

1. Introduktion.....	1
1.1 Livsstil och hälsa.....	1
1.2 Folkhälsans målområden.....	1
1.3 Kost och hälsa.....	2
1.4 Fysisk aktivitet och hälsa.....	2
1.5 Teoretisk ansats.....	3
1.6 Människor och medias hälsobudskap.....	4
1.7 Mediabudskap i Sverige	6
1.8 Medias påverkan	7
2. Syfte.....	9
2.1 Frågeställningar.....	9
3. Metod.....	9
3.1 Design.....	9
3.2 Urval och undersökningsgrupp.....	9
3.3 Datainsamlingsmetod.....	10
3.4 Tillvägagångssätt	11
3.5 Dataanalys	12
3.6 Forskningsetiska överväganden.....	13
4. Resultat	14
4.1 Livsstilsbudskap.....	14
4.2 Källa till information.....	15
4.3 Sanningshalten i mediabudskap och kopplingen till officiella rekommendationer	15
4.4 Medias påverkan	17
4.4.1 Kost och livsstil	17
4.4.2 Fysisk aktivitet och livsstil.....	19
4.5 Medveten påverkan	20
4.6 Konklusion.....	20
5. Diskussion.....	21
5.1 Resultatdiskussion.....	21
5.1.1 Livsstilsbudskap.....	21
5.1.2 Källa till information	22
5.1.3 Sanningshalten i mediabudskap och kopplingen till officiella rekommendationer	22

5.1.4 Medias påverkan	23
5.1.4.1 Kost och livsstil	24
5.1.4.2 Fysisk aktivitet och livsstil	24
5.1.5 Medveten påverkan	25
5.2 Metoddiskussion	26
5.2.1 Design.....	26
5.2.2 Urvalsmetod.....	26
5.2.3 Datainsamlingsmetod	26
5.2.4 Tillvägagångssätt.....	27
5.2.5 Dataanalys.....	28
5.2.6 Forskningsetiskt övervägande.....	28
5.3 Förslag på fortsatt forskning.....	29
5.4 Slutord	30
6. Referenslista.....	31
Bilaga 1: Intervjuguide	
Bilaga 2: Missivbrev	

1. Introduktion

I dagens samhälle sprids många budskap om hälsa via media och där media kan ses som den främsta källan till information om hälsa och livsstil för människor i Sverige (de Almeida, et al. 1997). Att förstå hur individer reagerar på mediabudskap är därför viktigt, inte bara utifrån en hälsoaspekt utan också, och kanske främst, för att media som kommunikatör kan ses som en stark trendsättare (Lundgren, 2005). Utifrån trender skapas attityder, och attityder är också vad som skapar det sociala klimat vi lever i. Syftet med denna studie är inte att komma med något banbrytande nytt forskningsresultat, utan att med beaktande av tidigare forskning fortsätta belysa upplevelser, skeenden och konsekvenser i samband med mediekonsumtion och försöka belysa hur detta påverkar de livsstilsval som individer ställs inför. Detta för att öka förståelsen och för att väcka vidare intresse. Med media avses här TV, radio, veckotidningar, internet eller annan reklam.

1.1 Livsstil och hälsa

Enligt Svenska akademins ordbok (2010) kan "livsstil" definieras som:

Sätt att leva sitt liv, livsföring.

Enligt WHO (1986) kan "hälsa" definieras som:

Den grad i vilken individer eller grupper är kapabla att, å ena sidan, förverkliga sina mål och tillfredställa sina behov och, å andra sidan, förändra eller hantera sin omgivning. Hälsa ska således betraktas som en resurs i det dagliga livet, inte som livets mål; det är ett positivt begrepp som betonar sociala och personliga resurser såväl som fysisk kapacitet.

I dagens samhälle är modebranschen och medievärlden starka trendsättare. Budskap om kroppsideal och andra värderingar påverkar, inte minst ungdomar. Samtidigt som övervikten ökar i samhället, ges också en ökad uppmärksamhet till ätstörningsproblematik som kan leda till både undervikt och övervikt (Lundgren, 2005).

1.2 Folkhälsans målområden

Då god hälsa är en avgörande förutsättning för utveckling och välbefinnande, antog riksdagen år 2003 ett beslut om en ny folkhälsopolitik (Lundgren, 2005). Den nya folkhälsopolitiken skulle

vara sektorsöverskridande och innehålla övergripande nationella mål samt elva målområden. Syftet var att skapa förutsättningar för hälsa, på lika villkor för hela befolkningen samt minska skillnader i hälsa bland olika grupper i samhället (ibid.).

1.3 Kost och hälsa

Enligt Nationalencyklopedin (2010) definieras ”kost” som:

De komponenter som ingår i en persons vanor beträffande mat och dryck.

Ett av folkhälsopolitikens målområden beskriver kost och hälsa. Det är målområde 10: *Goda matvanor och säkra livsmedel*. För att upprätthålla en god hälsoutveckling, skapa välbefinnande och främja hälsa, är en bra kosthållning mycket viktig (Lundgren, 2005).

Det officiella budskapet om en bra kosthållning innefattar, enligt Andersson & Ågren (2005) för en vuxen individ minst 500 gram frukt och grönsaker/dag; 150 – 200 gram fullkornsbröd/dag; att använda nyckelhålmärkta livsmedel, flytande matfett och olja i matlagning samt öka konsumtionen av fisk till 2-3 gånger i veckan; att halvera saltkonsumtionen och minska konsumtion av sötade drycker, glass, godis, bakverk samt alkoholhaltiga drycker.

1.4 Fysisk aktivitet och hälsa

Enligt Henriksson & Sundberg (2008) kan fysisk aktivitet definieras som:

All kroppsrörelse som är en följd av skelettmuskulaturens sammandragning och som resulterar i ökad energiförbrukning.

Av folkhälsopolitikens målområden är 9: *Ökad fysisk aktivitet*. Ett fysiskt aktivt liv kan göra stora skillnader för att förbättra hälsan, både fysiskt och psykiskt (Lundgren, 2005). Fysisk aktivitet motverkar bland annat högt blodtryck, minskar risk för hjärt- kärlsjukdom, vissa cancerformer, typ-2 diabetes, övervikt och fetma. Vidare minskar regelbunden fysisk aktivitet också oro, ångest och depression. Genom att öka den fysiska aktiviteten i befolkningen kan ojämlikheter i sociala skillnader jämnas ut, då fysisk aktivitet, bland andra är kopplad till levnadsvanor (ibid.).

Råden om fysisk aktivitet innebär, enligt Andersson & Ågren (2005) en måttlig till intensiv 30 minuters aktivitet, motsvarande en rask promenad minst 1 gång/dag för en vuxen individ. Beroende på hur högt energiintaget är, kan aktiviteten komma att behöva en längre varaktig-

het. För en vuxen individ som har ett högt energiintag rekommenderas därför 45-60 minuters fysisk aktivitet på minst måttlig nivå varje dag. För vuxna individer som varit överviktiga eller feta, och för att inte åter gå upp i vikt, rekommenderas 60-90 minuters måttlig fysisk aktivitet/dag (ibid.).

1.5 Teoretisk ansats

I den här studien har individens upplevelse av mediabudskapens påverkan på livsstilen, gällande kostvanor och fysisk aktivitet studerats. Uppsatsen antar ett salutogent synsätt på hälsa. Utifrån det salutogena synsättet är syftet att fokusera på de faktorer som skapar och upprätthåller hälsa och därmed ses inte individen som enbart frisk eller enbart sjuk (Antonovsky, 2005). Individen ses i stället befinna sig på ett kontinuum, som hela tiden rör sig och där ytterpunkterna är hälsa och ohälsa. Det intressanta blir då inte att ta reda på varför en individ blir sjuk utan ta reda på vilka faktorer som hjälper till att upprätthålla individens position på detta kontinuum eller vad som skapar rörelse mot den friska hälsopolen. De faktorer som påverkar en individs hälsa eller ohälsa kallas för stressorer och dessa är alltid närvarande och finns överallt. En stressor kan vara kronisk eller kopplad till dagsaktuella irritationsmoment. Dessa skapar ett spänningstillstånd hos individen. Om detta spänningstillstånd leder individen mot sjukdom (ohälsa) eller inte, beror på hur starka motståndsresurser individen har.

Ett centralt begrepp inom detta synsätt är KASAM (känsla av sammanhang). Beroende på hur starkt eller svagt KASAM en individ har, avgör detta var någonstans mellan polerna hälsa och ohälsa individen befinner sig. Själva begreppet KASAM grundar sig på att individen upplever *begriplighet, hanterbarhet och meningsfullhet* med det som sker i livet (Antonovsky, 2005). Begriplighet syftar till i vilken omfattning individen upplever inre och yttre stimuli som begripliga. Hanterbarhet syftar till i vilken grad individen upplever att resurser finns att tillgå, inför de krav som olika stimuli ställer på individen. Meningsfullhet syftar till individens upplevelse av att livet har en mening och att det som händer i livet och de olika utmaningar som individen ställs inför, ändå är värda att investera energi och engagemang i. Vanligtvis åtföljer dessa tre komponenter varandra, men en individ kan också placera sig högt på en komponent och ligga lågt på de andra. Om en individ till exempel visat sig inneha en hög begriplighet, men en låg hanterbarhet skapas ett starkt tryck mot förändring. Motivationen för denna förändring beror sedan på i vilken grad individen upplever meningsfullhet (ibid.).

1.6 Människor och medias hälsobudskap

Ordet ”media” kan ses som ett förkortat uttryck för massmedier. Enligt Nationalencyklopedin (2011) definieras ”massmedier” som:

Tekniska medier och medieorganisationer som förmedlar information eller underhållning till en stor publik, vilken i stort sett samtidigt nås av massmedieinnehållet. Vanligen betraktas dagspress, tidskrifter, radio, TV samt satellit- och kabelsystem som massmedier. Den medieteknologiska utvecklingen har luckrat upp gränsen mellan vad som ska anses vara massmedier i förhållande till andra medier. Internet betraktas således vanligen både som ett massmedium och som en teknisk informationskanal.

Ordet ”budskap” kan antas vara samma sak som information. Enligt Nationalencyklopedin (2011) definieras ”information” som:

Generell beteckning för det meningsfulla innehåll som överförs vid kommunikation i olika former.

Information gällande kost och kostråd är allmänt tillgänglig från en mängd olika källor, genom allt från media till statliga myndigheter, yrkesverksamma, industrier och icke statliga organisationer (de Almeida, et al. 1997). En studie gjordes för att bedöma vilka källor till information om en hälsosam kost som använts mest bland vuxna inom Europeiska unionen och vilka som var mest betrodda. Av de fem källor som användes mest frekvent hade TV/radio 29 % av svaren, veckotidningar och dagstidningar 27 %, vårdpersonal 26 %, matförpackningar 22 % samt familj och vänner 22 %. Den mest trovärdiga källan i de flesta europeiska medlemsländer visade sig vara vårdpersonal med hela 91 % av svaren samt statliga myndigheter med 80 %. Förtroendet för vårdpersonal visade sig öka med ålder och då främst bland kvinnor. Av de europeiska medlemsländerna var 15 % av befolkningen helt utan information om hälsosam kostföring (ibid.).

Liknande resultat har visats i en studie av Dutta - Bergman (2004), dock med den skillnaden att vissa typer av medier används olika frekvent, beroende på livsstilmönster i olika grupper. Aktiva kommunikationskanaler så som interpersonell kommunikation, tryckta medier och internet har visat sig vara den primära källan till information om hälsa bland hälsomedvetna individer och individer med starka övertygelser gällande hälsorelaterade aktiviteter. För

mindre hälsomedvetna har passiva kommunikationskanaler så som TV och radio tjänat som den främsta källan till hälsoinformation. Att aktiva kommunikationskanaler som dagstidningar, veckotidningar och internet visat sig vara primära källor till hälsoinformation bland redan hälsomedvetna, förklaras av att dessa medier kräver koncentration och deltagande i arbetet med att bearbeta informationen. Då hälsomedvetna individer redan har ett intresse för hälsa och hälsosam livsstil och aktivt söker information om detta, blir dessa informationskällor de främsta redskapen i det sökandet (ibid.).

Television som informationskanal har visat sig spela en stor roll i spridandet av livsstilsbudskap. Tidigare studier har försökt synliggöra och analysera de budskap som förmedlar råd om kost och kostvanor, både under olika TV-program och i reklampauser samt hur dessa stämmer överens med officiella rekommendationer (Byrd- Bredbenner & Grasso, 1999; Story & Faulkner, 1990). Resultaten visade att hänvisningar till kost gjordes 4,8 gånger per 30 minuter programtid. De flesta hänvisningar gjordes till kost som hade lågt näringsvärde, såsom sötade drycker, godis och snacks. Vidare visades att hänvisningar till livsmedel med lågt näringsinnehåll översteg hänvisningar till livsmedel med både måttligt och högt näringsinnehåll tillsammans. De flesta aktörer i TV-program och reklaminslag som gjorde verbala hänvisningar till livsmedel eller ätande var vuxna individer, av vit härkomst, med en smal kroppsbyggnad. Då livsmedel konsumerats mer som mellanmål än som måltid, indikerade detta för tittaren att det var fullt möjligt att konsumera en diet med högt kaloriinnehåll, såsom livsmedel höga på fett, socker och med lågt fiberinnehåll men ändå vara smal, frisk och vacker. Dessa budskap går helt emot rådande officiella rekommendationer för en god kosthållning, där en varierad kost, med lågt mättat fett, måttligt saltinnehåll, måttligt sockerinnehåll, en måttlig alkoholkonsumtion och där vidare hög konsumtion av frukt, grönsaker och spannmål rekommenderas. Vidare rekommenderas också fysisk aktivitet för att bibehålla eller upprätthålla en sund kroppsvikt (ibid.).

Då larmrapporter gällande risker med konsumtion fått stort utrymme i media, har en studie gjorts i syfte att undersöka hur larmrapporter presenterats och hur riskerna kring vissa livsmedel framhållits (Lupton, 2004). Resultatet visade att den huvudsakliga rapporteringen handlade om sambandet mellan kost, övervikt och fetma, som omfattade nästan hälften av all rapportering om risker med mat. Stor tonvikt lades på individens eget ansvar för att undvika mat som medförde risker, och då speciellt i förhållande till övervikt. Den överviktiga kroppen framställdes som grotesk och ohälsosam. Överviktiga barns kroppar framställdes som en ”tickande bomb” med risk för kostsamma sjukdomar i vuxen ålder. Individens eget ansvar

framhölls utifrån att individen borde ta kontroll över vikten och kroppen genom att ta kontroll över aptiten. Dessa diskussioner antogs komma till uttryck i bredare kulturella sammanhang, där befolkningen i västerländska nationer ständigt uppmuntras av hälsovårdande myndigheter att ta ansvar för sin hälsa, där slanka kroppar idealiseras, både utifrån en hälsoaspekt och rent estetiskt och där självdisciplin över kroppen värderas. I kontrast till detta framställdes den överviktiga kroppen som ett bevis på girighet och brist på självdisciplin (ibid.).

I rapportering kring jordbruk betonades det onaturliga genom att framhålla förekomsten av besprutning och annan manipulering av grödor, där dessa typer av livsmedel kunde vara starkt förknippade med hälsorisker (Lupton, 2004). Att tillaga mat hemma framställdes som mycket mindre riskabelt än att köpa mat som tillagats utanför hemmet då denna kunde vara "smittad". Alla dessa antaganden gällande kost och kosthållning, med dess kulturella regler för vad som var "smutsigt" och "smittat" anses påverka individens känslomässiga relation till kost och kosthållning. Dessa diskussioner som gett näring åt medier att larmrapportera, antas kunna väcka djup oro hos individen för de kroppsliga gränserna och den egna integriteten, för vad som tas in i kroppen, men också för den egna förmågan att utöva självkontroll och självdisciplin i syfte att forma och leva upp till idealet om den perfekta kroppen (ibid.).

1.7 Mediabudskap i Sverige

Enligt de Almeida, et al. (1997) får svenska folket sin främsta information gällande budskap om kost och hälsa via media.

Medierna har visat sig ha väsentliga och direkta effekter på individers kunskaper, attityder och hälsobeteenden, men också indirekta genom de processer som mediernas rapportering ger upphov till i samhället (Sandberg, 2005). Budskap om hälsa och ohälsa skapas och omvandlas i många skilda kontexter, både verbalt genom TV-rutan och genom olika mediers tryckta presentationer. Exempel på detta är det stora antalet "gör-om-mig-program", där individer följs i sin jakt på ett hälsosammare liv, och där fackpress och veckopress alltmer koncentrerar sin rapportering kring kropp, hälsa och livsstil. Andra exempel är alla matlagningsprogram, som inte alltid följer de officiella näringsrekommendationerna och där kopplingen mellan vad individen äter och dennes hälsa sällan görs. Mediabudskap kan uppfattas som ständigt närvarande och ständigt redo att dela med sig av sin information, vilket möjligen kan förklara varför hälsa upplevs som så viktig för många människor. Den vetenskapliga forskningen kring mediernas budskap om hälsa och hur det påverkar individen, ses som ett ungt forskningsområde

i Sverige, där redaktionellt hälsomaterial hittills endast studerats i liten skala. En viktig aspekt i diskussionen kring medier och mediala budskap anses vara mediapubliken, då vetenskapen idag vet relativt lite om hur budskap från media påverkar allmänhetens uppfattning, förståelse och tolkning av olika hälsobudskap i sin vardag. Dagens medier och det stora utbudet av hälsobudskap har gett allmänheten större möjlighet att delta i beslut rörande den egna hälsan. Dock har många av dessa budskap visat sig ha en bristande kvalitet, varvid tolkningsfrågan av dessa budskap kvarstår som ett problem bland allmänheten och där risk finns att medierna vilseleder istället för att peka på utvägar. I medias budskap finns något för alla och vad individen väljer att tro på beror helt på det egna intresset och den egna uppfattningen. En möjlig risk med detta anses vara att redan hälsosamma individer tar till sig budskap som bevisar att de valt rätt, medan mindre hälsosamma individer tar till sig budskap som visat att de åtminstone inte lever så farligt. Möjligheter till handling kan på så sätt omtolkas och nya uppfinnas, då mening och balans önskas av de flesta, vilket också kan antas resultera i mycket liten förändring av individens hälsobeteenden eller ingen alls. Dock kan mediernas påverkan inte ses som den enda faktorn i hälsorelaterade beslut som rör individen, då fler aktörer spelar viktiga roller och då medialandskapet ses som större än någonsin, där även personliga kommunikationskanaler och andra sociala komponenter spelar in då hälsobeslut ska fattas (Sandberg, 2005).

1.8 Medias påverkan

Idag visar flera studier att medias hälsobudskap och larmrapporter har en viss påverkan på individens livsstil (Byrd – Bredbenner & Grasso, 1999; Lundgren, 2005; Lupton, 2004; Sandberg, 2005; Story & Faulkner, 1990). Studier har genomförts för att ta reda på hur individen reagerar på medias hälsobudskap och vilka konsekvenser detta kan få för livsstilsval och hälsa. I en studie av Harisson, Taylor & Marske (2006) undersöktes hur ätbeteendet hos 222 unga kvinnor och 151 unga män påverkades av att exponeras för bilder på ideala kroppar. I texterna som visades relaterade några till kost och träning. De unga kvinnorna exponerades för bilder av smala kvinnliga modeller och de unga männen exponerades för bilder av muskulösa manliga modeller. Resultatet visade att bland de kvinnor som hade en skev kroppsuppfattning, kunde en minskning av mängden konsumerad mat tillsammans med vänner påvisas. Bland de unga männen visade resultaten tvärtom, en ökad mängd konsumerad mat tillsammans med vänner (ibid.).

Då medias budskap riktade till män alltmer främjar hypermuskulära manliga kroppar och då detta ideal nästintill är omöjligt för gemene man att uppnå, ville Hatoum & Belle (2004) undersöka sambandet mellan mediakonsumtion och missnöje med den egna kroppen. Studien

gjordes bland 89 universitetsstudenter män. Resultatet fastslog att deltagarna visade betydande missnöje med sina egna kroppar. Trots att 65 % av deltagarna var normalviktiga, ville 81 % ha en annan vikt än sin egen. Många av männen önskade sig större muskler kring överkroppen och mer muskulösa ben och många av dem spenderade också mycket tid med att tänka på sin vikt och hur muskulösa de var. En tredjedel hoppade över måltider när de inte hade hunnit träna och en sjundedel hade använt kosttillskott för att förbränna fett och bygga muskler. De av deltagarna som den senaste månaden läst mer manligt inriktade herrtidningar oroade sig i högre grad över varje aspekt gällande muskelstyrka och träning. De använde mer skönhetsprodukter, tog fler kosttillskott för att bygga muskler, spenderade mer tid på träning och var mer benägna att inneha gymkort. Männens mediaexponering var inte bara förknippad med oro över den egna kroppen, utan var även förknippad med åsikter kring kvinnors kroppar. Resultat visade att män som vägde mer, hade mer muskler och en högre grad av oro kring träning och den egna kroppen, också hade högre krav på att en kvinnas kropp skulle vara smal och tunn. Med en ökad publik för manligt inriktade tidningar och andra medier, är det enligt forskarna viktigt att förstå hur kroppslig oro uppkommer för att i framtiden kunna hjälpa män, likväl som kvinnor med mediarelaterad kroppsoro och missnöje med den egna kroppen (ibid.).

Hur individen påverkas av medias hälsobudskap och larmrapporter och hur individen upplever och tolkar dessa budskap har också visat sig kunna bero på levnadssituation och ålder. Vardeman & Aldoory (2008) studerade 59 kvinnors uppfattning om säkerhet i samband med fiskkonsumtion. Resultatet visade att kvinnorna upplevde sig själva vara begränsade av medias varningar, där vårdgivarrollen som havande, förälder och ansvarig för en familj var betydelsefull när det kom till att skapa en mening utifrån motstridiga budskap om hälsorisker. Kvinnorna hamnade i en slags förhandlingstaktik med sig själva, där de resonerade utifrån att det var bättre att få information, även om den var felaktig, än att inte få någon information alls. Vidare filtrerades informationen tillsammans med redan existerande kunskap om förhållningssätt kring risken med fiskkonsumtion. Med hjälp av tidigare erfarenheter sattes den nya informationen i relation till historiska, aktuella eller miljömässiga aspekter, som sedan utgjorde grunden för handlande, beroende på om kvinnan hade sitt hem i närheten av ett riskområde eller inte. Då gravida kvinnor ställdes inför motstridiga budskap om hälsorisker med fiskkonsumtion, antogs rollen som beskyddare och fördelarna med att äta fisk var mindre viktiga jämfört med potentiella risker i samband med fiskkonsumtion. Denna studie skulle, enligt forskarna, kunna öka förståelsen för hur motstridiga budskap försvårar omvårdnadssi-

tuationer för kvinnor, eftersom kvinnor tagit det kognitiva beslutet att tänka mer på andras hälsa än på sin egen (ibid.).

2. Syfte

Syftet med denna studie är att undersöka hur individen upplever att medias budskap om hälsa påverkar livsstilen gällande kostvanor och fysisk aktivitet.

2.1 Frågeställningar

Vilka typer av mediabudskap rörande kost och fysisk aktivitet nås individen av?

Hur uppfattar individen att dessa stämmer överens med officiella rekommendationer?

Hur upplever individen att livsstilsval påverkas av dessa budskap?

3. Metod

3.1 Design

För att besvara syftet med studien valdes en empirisk, kvalitativ studiedesign av deskriptiv karaktär. Detta innebär att forskaren undersöker fenomen i dess realistiska miljö eller kontext och där åtskillnader mellan fenomen och kontext inte är givna (Backman, 2008). Fokus är att undersöka hur individen uppfattar och tolkar den omgivande verkligheten. Vidare söker forskaren finna likheter och skillnader mellan individer och där individerna kan sägas vara sin egen "kontrollgrupp" ur ett tidsdimensionellt perspektiv (ibid.).

3.2 Urval och undersökningsgrupp

Urval skedde genom ett bekvämlighetsurval. I ett bekvämlighetsurval utses individer som finns tillgängliga (Hartman, 2004). I ett första skede kontaktades personalansvarig chef på sammanlagt elva olika arbetsplatser i en stad i Mellansverige. Detta för att få tillstånd att genomföra intervjuer på respektive arbetsplats. Av de elva som tillfrågades tackade sju nej. Kvar fanns fyra arbetsplatser; en större matkedja; en träningsanläggning; en modebutik samt ett större produktionsföretag. Kontakt togs med informanterna på sina respektive arbetsplatser, där de tillfrågades om de ville delta i studien. Totalt visade nitton personer intresse för att delta, varav tre män och sexton kvinnor. Åldersfördelningen varierade mellan arton och femtiosju år. Fördelningen bland de olika arbetsplatserna såg ut enligt följande; fyra informanter från matkedjan; fyra från träningsanläggningen; tre från modebutiken samt åtta från

produktionsföretaget. Totalt genomfördes nitton intervjuer som föregicks av två testintervjuer. För att öka överförbarheten i kvalitativa studier och således även i kvalitativa intervjuer, är det viktigt att forskaren kan visa att data är insamlad på ett seriöst och relevant sätt i förhållande till syfte och frågeställningar (Trost, 2005). Testintervjuerna genomfördes för att se hur frågorna i intervjuguiden skulle uppfattas och på så sätt öka överförbarheten genom att säkra att intervjuguiden genererade relevanta data utifrån den aktuella problemställningen i denna studie. Intervjuerna genomfördes med en informant i taget.

Det har inte funnits några inklusionskrav i valet av informanter, även om extra intresse har funnits för olika yrkeskategorier. Detta då det kan antas att medias exponering och livsstilsbudskap kan komma att påverka individer olika, beroende på yrke, ålder och intresse. Genom att välja informanter med olika erfarenheter ökar möjligheten att belysa syfte och frågeställningar utifrån en mängd olika aspekter och infallsvinklar (Graneheim & Lundman, 2004). Det har inte funnits några restriktioner avseende kön och den enda restriktionen gällande ålder har varit att informanterna ska ha fyllt arton år. Således är informanternas egenskaper slumpvis fördelade.

3.3 Datainsamlingsmetod

Kvalitativa intervjuer har valts som insamlingsmetod av data i denna studie. En kvalitativ intervju innebär att forskaren ställer enkla och raka frågor till sina informanter och får, förhoppningsvis, komplexa och innehållsrika svar tillbaka (Trost, 2005). Dessa svar utgör sedan ett rikt material där forskaren med lite tur och hårt arbete kan hitta många åsikter, skeenden och mönster (ibid.).

Det positiva med att utföra en intervju är den personliga kontakten mellan den som intervjuar och den som blir intervjuad, där också utrymme finns för att förtydliga frågor som inledningsvis inte varit begripliga (Hartman, 2004). Vidare ger intervjun möjlighet till öppna frågor, vilket kan ge rikare svar jämfört med till exempel frågorna i en enkät, där svarsalternativen ofta är fasta. En nackdel kan vara att intervjuaren själv måste veta precis vad han/hon vill ha svar på samt vara medveten om intervjuens karaktär, då det inte finns någon möjlighet att ta hjälp av någon, eftersom det bara är intervjuaren själv som är insatt i undersökningen (ibid.).

Trots att traditionen inom den kvalitativa forskningen förespråkar ostrukturerade intervjuer (Hartman, 2004; Trost, 2005) var intervjuguiden till den här studien semistrukturerad. I en semistrukturerad intervju finns en viss grad av standardisering. Med standardisering menas i

vilken grad intervjufrågorna och situationen är densamma för alla informanter, det vill säga avsaknad av variation (Trost, 2005). En semistrukturerad intervju skulle således innebära att frågorna ställs i ordningsföljd, men att den intervjuade har möjlighet att formulera sig mera fritt (Hartman, 2004). Vidare har intervjuaren större frihet att fördjupa svaren genom att utveckla och ställa följdfrågor och den intervjuade ges möjlighet att besvara frågorna med egna termer, vilket kan leda till mer innehållsrika svar, något som standardiseringskraven i en strukturerad intervju inte tillåter (May, 2001).

Frågeställningarna utifrån studiens syfte resulterade i totalt fjorton frågor, där fråga sju, elva och tolv innehöll både a och b frågor (se bilaga 1). Frågorna började med att beröra ämnet officiella rekommendationer och hälsobudskap för att sedan övergå till media, mediabudskap och livsstil, för att avslutningsvis beröra mer specifika frågor om kost och fysisk aktivitet. Frågeställningarna var till en början mer allmänna, för att sedan, mot slutet av intervjun vara mer exakta, vilket påminner om trattekniken (Hartman, 2004).

Vissa omformuleringar och mindre förändringar gjordes tillsammans med handledaren innan den färdiga intervjuguiden godkändes. I ett försök att säkra överförbarheten utfördes testintervjuer på två utomstående personer, innan intervjuguiden, utan ändringar, slutligen användes som underlag för de intervjuer som utförts. Vidare har stor vikt lagts vid att skapa öppna frågor som så långt det är möjligt, ej ska kunna missuppfattas.

3.4 Tillvägagångssätt

Missivbrev skrevs (se bilaga 2) och kontakt togs med personalansvarig chef på sammanlagt elva olika arbetsplatser. Detta skedde både personligen, via telefon samt genom en vän som vidarebefordrade ett missivbrev till sin personalchef och som fick i uppdrag att fråga arbetskollegor om intresse fanns för att delta i en studie om livsstilsbudskap och hälsa. Anledningen till att kontakt i ett första skede togs med personalansvarig chef var dels för att nå så många informanter som möjligt med missivbrevet, dels för att få tillstånd att intervjua personalen på arbetsplatsen samt för att få möjlighet att göra detta under arbetstid. Detta gjordes för att underlätta informanternas deltagande, då ingen tid skulle tas från respektive individs fritid samt att alla skulle få samma möjlighet att delta under så likartade förutsättningar som möjligt.

Då personalansvarig chef gett sitt medgivande och informerats om hur intervjuerna skulle gå till och vilka veckor som fanns till förfogande, bestämdes tid för intervjuer utifrån vilken dag

som skulle passa arbetsplatsen bäst, i fråga om tid och arbetsbörda. Alla arbetsplatser besöktes på förmiddagar, utom en, där både ett förmiddagsbesök och ett eftermiddagsbesök gjordes. Samtliga informanter tillfrågades på plats ytterligare en gång om de ville delta i studien. Totalt deltog fyra arbetsplatser och nitton intervjuer genomfördes med en informant i taget.

Var en intervju ska ske måste alltid beaktas (Trost, 2005). Den intervjuade ska känna sig trygg i miljön och miljön ska vara så ostörd som möjligt. Dessutom ska inga andra åhörare finnas (ibid.). Miljön för intervjuerna i den här studien varierade från personliga kontor, lunchrum, arbetsplatsbibliotek till delar av arbetsplatsen, där soffor och bekväma fåtöljer fanns att tillgå. Detta i ett försök att skapa en så lugn och avskild miljö som möjligt för intervjuerna.

Tillvägagångssättet för intervjuerna gick till så att informanterna till en början muntligt fick ge sitt samtycke till att delta. De informerades vidare om studiens syfte samt vilka rättigheter de hade som deltagare, utifrån Vetenskapsrådets forskningsetiska riktlinjer (1990). Alla informanter fick samma information. Därefter tillfrågades de om tillåtelse att få använda bandspelare och spela in intervjun. De informerades, i samband med detta, om att inspelat material, så snart transkriberingen var avklarad skulle raderas och att alla lösa papperskopior skulle förstöras. Detta för att skydda enskilda individers svar. Samtliga informanter gav sitt medgivande, bandspelaren slogs på och intervjun kunde börja.

Intervjuguiden följdes under intervjuerna, men frångicks emellanåt för att ge utrymme för följdfrågor samt för att be informanterna om mer utvecklande svar eller för att, på ett mer ingående sätt förklara om någon fråga var oklar. Därefter återgick intervjun till följande fråga i intervjuguiden. När frågorna var avklarade stängdes bandspelaren av, informanten tackades för sitt deltagande, och intervjun avslutades.

3.5 Dataanalys

När alla intervjuer var avklarade genomfördes transkribering av allt material. Materialet analyserades med hjälp av en innehållsanalys. Med detta menas att forskaren reducerar, organiserar och kategoriserar materialet, vilket kallas för ”kodning” (Hartman, 2004). Kodning kan beskrivas i två övergripande steg, där ett första steg är att finna de begrepp i texten som är av intresse. Steg två innebär att skapa kategorier som sedan kan hjälpa forskaren att förstå och tolka de fenomen och företeelser som forskaren finner fascinerande (ibid.). Inom innehållsanalysen finns två abstraktionsnivåer (Graneheim & Lundman, 2004) där fokus för analysen antingen observerar det *manifesta* innehållet i texten, det vill säga beskriver det synliga och

uppenbara, eller observerar och beskriver det dolda i texten, det vill säga den underliggande betydelsen eller det *latenta* innehållet. Båda dessa sätt att konfrontera innehållet i en text innebär viss tolkning, där skillnaden varierar i djup och nivå av abstraktion (ibid.). I den här studien och i samband med dataanalysen, har fokus legat på det manifesta innehållet, då detta ansågs tillräckligt relevant i förhållande till syfte och frågeställningar och där ingen anledning till vidare tolkning ansågs nödvändig.

Samtliga intervjuer skrevs ut i papperskopior. Intervjuerna lästes igenom upprepade gånger, varvid intressanta citat ströks under. För att lättare kategorisera citaten färgades de med hjälp av olika färgpennor. Nästa steg i processen blev att återgå till de dokument där intervjuerna transkriberats. Med hjälp av papperskopiorna kunde nu de understrukna citaten även i dokumentet färgas och där de citat som liknade varandra gavs en gemensam färg. Sedan klipptes alla citat av intresse in i ett eget word dokument, där de klistrades in under varandra beroende på färg och innehåll. Kategorier bildades efter de teman som behandlades i citaten med samma färg. Totalt formades fem kategorier och två underkategorier. Huvudkategorierna var Livsstilsbudskap, Källa, Trovärdighet, Påverkan och Medvetenhet och underkategorierna Kostvanor och Aktivitet.

Med hjälp av ovanstående kategorier började resultatet formuleras och organiseras och de slutgiltiga kategorierna bildas. Informanternas svar har inte presenterats efter någon inbördes rangordning. De citat som hämtats från intervjuerna har kodats om genom att varje informant givits en bokstav och en siffra. Dessa har tilldelats slumpmässigt och har ingen koppling till hur intervjuerna genomförts eller i vilken ordning intervjuerna har gjorts.

Då resultatet visade att vissa skillnader fanns i hur informanterna upplevde olika fenomen och företeelser beroende på ålder, har de delats in i två grupper och kommer därför, när det krävs för tydlighetens skull att presenteras som: ”yngre informanter” (18-35 år) och ”äldre informanter” (36-57 år). Detta för att göra resultatet mera överskådligt och för att visa på skillnader utifrån olika infallsvinklar.

3.6 Forskningsetiska överväganden

Denna studie har utgått från de fyra forskningsetiska huvudkraven enligt Vetenskapsrådet (1990): Informationskravet; samtyckeskravet; konfidentialitetskravet samt nyttjandekravet. Samtliga informanter har muntligt informerats om studiens syfte, sin delaktighet samt vilka villkor som gäller för deras deltagande. Vidare har informanterna informerats om att delta-

gande i denna studie är helt frivilligt och att de kan avbryta sitt deltagande närhelst de önskar. Samtycke till att delta i denna studie har inhämtats muntligt från samtliga informanter. Vidare har informanterna informerats om att alla svar är anonyma, att alla data behandlas konfidentiellt samt att insamlade uppgifter endast kommer att användas i forskningssyfte.

Intervjuguiden har neutraliserats så mycket som möjligt, utan frågor som på något sätt ska kunna upplevas störande eller kränkande. Intervjuerna har utförts med försiktighet, ödmjukhet och närvaro. Ingen av informanterna har under sin intervju signalerat att någon av frågorna upplevts som på något vis stötande.

4. Resultat

De ursprungliga kategorierna som bildades i analysen var: Livsstilsbudskap, Källa, Trovärdighet, Påverkan, Medvetenhet, Kostvanor och Aktivitet.

Utifrån dessa har slutgiltiga kategorier bildats: Livsstilsbudskap, Källa till information, Sanningshalten i mediabudskap och kopplingen till officiella rekommendationer, Medias påverkan, Medveten påverkan samt Kost och livsstil och Fysisk aktivitet och livsstil. Det är under dessa kategorier som resultatet i form av informanternas svar kommer att presenteras. Endast de svar som ansetts relevanta för studiens syfte redovisas.

4.1 Livsstilsbudskap

Majoriteten av informanterna kände övergripande till om budskap för en hälsosam livsstil, även om detta inte var något de sökte information om eller reflekterade över dagligen.

Ja, men det är väl som sagt att man äter sunt är viktigt da och motionera en till två, tre gånger i veckan tror jag, så. Det räcker med att man kanske går nån halvtimme varje dag, vad vet jag liksom. Bara man rör på sig på nått, nått sätt liksom å mycke sömn, då tror jag att man blir bra av det, ja. (Informant F7)

Vad informanterna tog fasta på när det gällde att leva hälsosamt skilde sig något åt beroende på ålder, intresse och livssituation. En stor majoritet nämnde fysisk aktivitet som en viktig del i en hälsosam livsföring, där god sömn och sunda kostvanor kom på andra plats och att stressa mindre, inte använda tobak, en måttlig konsumtion av alkohol samt att dricka mycket vatten bara nämndes av ett fåtal.

Ja, det är väl att man ska träna lite då och då, att man ska hålla sig borta från tobaken, dra ner alkoholkonsumtionen, hålla sig borta från skräpmat, ja, så vidare, så vidare. (Informant B6)

Vidare var ett socialt liv av stor vikt - att kunna umgås med vänner och familj, men också att hitta balansen och en helhet i vardagen. Att balansera arbete, familj, fritid och att få umgås med människor man tyckte om ansågs av stor vikt för en hälsosam livsstil. Detta var speciellt uttalat bland de äldre informanterna (36 - 57 år).

4.2 Källa till information

Alla informanter använde olika medier på ett eller annat sätt. De medier som användes mest visade sig vara dagstidningar, veckotidningar, Tv och internet. Det var också genom dessa som majoriteten hade hört talas eller läst om hälsa i form av råd om kost, kostvanor och fysisk aktivitet. Endast ett fåtal nämnde att statliga myndigheter, såsom Statens folkhälsoinstitut eller Livsmedelsverket kunde vara en ursprungskälla till den information de tagit del av. Andra källor till information som nämndes var utbildningar, familj och vänner, arbetskolligor eller personalen på det gym där man tränade.

Antingen där jag tränar, för dom tror jag vet mycke om de. E, ja, vart kan jag hämta mer... från internet, tidningar, folk som redan äter bra, hämtar tips från dom. Så lite olika. (Informant E4)

Ett fåtal informanter nämnde också specifika författare, vårdpersonal eller idrottsläkare som informationskällor, eller speciella idrottstidningar eller sajter på internet. Samtliga informanter som hänvisade till dessa källor hade antingen ett genuint intresse för träning och hälsa, ett allmänt intresse för en vis typ av kost eller träning eller anknytning till respektive källa på grund av att de sökt hjälp för egen del.

4.3 Sanningshalten i mediabudskap och kopplingen till officiella rekommendationer

Vad gällde sanningshalten i mediabudskap om hälsa uppgav de flesta informanter att allt säkert inte var sant och att media nog överdrev mycket. Dock kunde media vara en källa till tips och råd om hälsa, livsstil, kost och fysisk aktivitet. Flertalet informanter menade också att det var individens ansvar att sovra bland alla olika mediabudskap. Det "sunda förnuftet" var ett redskap som kunde användas till att avgöra om ett budskap var sant eller inte eller att helt enkelt "testa själv". En annan faktor som ansågs avgöra om ett mediabudskap var sant eller inte, berodde på vilka medier som förmedlade budskapet.

E, jag tror det är lite olika beroende på vart man hittar informationen, till exempel på internet, man kan ju inte lita på allt som står där, alla artiklar och så, dom säger emot varandra ibland. ”Du ska sova 8 timmar, nej du behöver inte sova 8 timmar” och så vidare, så det är lite såhär, ja, ta det med en nypa salt. (Informant Q1)

Flera informanter uppgav också att de var trötta på alla reklambudskap i media och att budskap om hälsa hela tiden förändrades, vilket gjorde det svårt att riktigt veta vad som var rätt och riktigt att tro på. Om ett mediabudskap på något sätt kunde härledas tillbaka till en läkare eller att det på något sätt hade vetenskaplig grund, ansågs detta ligga närmare sanningen än om det bara var en artikel skriven i en dagstidning.

Om e studien e, visar i nån sån här medicinsk tidning eller nå sånt, då får ja den känslan av att de e seriöst å att de står liksom att den här läkarn eller den, ja, nån har utfört den här studien, då tror ja mer på de än att de står i vanli tidning då, eller om de kan stå i vanli tidning, men att de finns nå referenser som man kan, om man e intresserad kan kolla, stämmer de här eller inte. (Informant M1)

Riskbudskap var någonting som nämndes i samband med mediabudskap och dess sanningshalt, då speciellt gällande kost och kostvanor och svårigheten att veta om ett budskap var sant eller inte och vem det gick att lita på. Speciellt de äldre informanterna (36-57 år) reflekterade över olika typer av livsmedel, dess ursprung och innehåll. De hade funderingar huruvida ett livsmedel var kravmärkt och hur troligt det var att detta livsmedel faktiskt var ekologiskt och om produktionen verkligen inneburit minimalt med bekämpningsmedel.

Ja, de e väl lite tveksamt, faktiskt. E re liksom jättestora rubriker om att man inte ska äta, en jättestor grej å alla liksom tar upp det, åsså blir man livrädd. Å de här med chips va re ju ett tag, men, då, då litar man ju mera på asså livsmedelsverket och läkemedelsverket, men ibland känns de som att kans, de kanske inte heller e hela sanningen, utan att de också e lite vinklat beroende på att man vill styra folks vanor å sådär... till olika saker, att, ja tror inte 100 % på re. (Informant C8)

Det är ingen garanti menar ja, att det sitter en lapp på bananen att den e, de e ingen garanti ändå att de e korrekt. (Informant R7)

Bland de informanter som hade någon form av utbildning inom hälsa uppgavs att den egna kunskapen användes som referens när det gällde att bedöma om ett mediabudskap om hälsa var sant eller inte. Vidare tillfrågades också kollegor i samma bransch.

4.4 Medias påverkan

Hur medias budskap om hälsa, i fråga om kost och fysisk aktivitet påverkade informanternas livsstilsval visade sig vara olika beroende på ålder, intresse och livssituation. En viss skillnad kunde också påvisas beroende på yrkeskategori. Detsamma gällde vilka typer av mediabudskap som olika informanter tog till sig av och lyssnade på. Majoriteten av informanterna svarade att fysisk aktivitet och en sund kosthållning var två av flera viktiga faktorer som spelade in för en hälsosam livsstil. Hur informanterna såg på dessa faktorer och vilken roll de fick i vardagen berodde på vilka mål informanterna hade samt hur de såg på sig själva.

4.4.1 Kost och livsstil

Bland de yngre informanterna (18 - 35 år) och främst i samband med arbete i modebranschen och/eller träningsanläggning, relaterades kosten i större utsträckning till utseende. Dock visade resultatet att det även bland de äldre informanterna (36-57 år) fanns en önskan om att gå ner några kilon för att komma i ”de där byxorna” som hängt länge i garderoben och för att ”känna sig lättare” och bli mera nöjd med sig själv. Flera informanter svarade att de upplevde att mycket av medias budskap handlade om kroppen och hur den skulle se ut. Att vara smal var på modet och för en man var stora muskler eftersträvansvärt.

Det är hela tiden det här att du ska bli smal, smal å fitness, å fit, om man säger. Det ligger hela tiden som en grund, men jag har ändå fått, ja det är från tidningar i sånt fall. Jag bara ser det framför mig, dom här punkterna liksom, siffrer eller en vecka ska du göra si och så, äta si och så liksom för å gå ner en viss kilo, eller ja. (Informant T4)

Medias budskap om den perfekta kroppen, om att vara smal eller vältränad och muskulös upplevdes som en press bland de yngre informanterna, både kvinnor och män. Dock upplevdes pressen på olika sätt, där budskap riktade till kvinnor mer handlade om kombinationen kost och träning för att få en fastare kropp och gå ner i vikt, medan det för män handlade om att gå upp i vikt eller bibehålla vikt och bygga muskler.

Jag tycker att det är högre press på män. Jag vet inte om dom har liksom, asså om det är mer ett intresse hos dom, en hobby å gå till gymmet

liksom för att de e manligt eller vad man ska säga, men samtidigt då är det ju också pressen på tjejerna hur dom ska se ut, men det är ju inte så många tjejer, tycker jag som tränar så, men, då är det ju också det här med mat å alltihopa liksom, det hör ihop. (Informant N6)

Kost, träning och kropp ansågs höra ihop, även om kosten som sådan innebar olika beroende på om det var en man eller kvinna. Om det var en man, kunde kosten ses som en påverkansfaktor för träningsresultat, där mat konsumerades för att orka träna och för att få goda resultat och bygga muskler.

Matval påverkar väl resultat av när man tränar, man vill ju ständigt utvecklas, det är ju ändå kul å, eftersom jag älskar att träna, vill man ju inte stå och stanna på samma ställe, då vet man ju att man måste få i sig lite mer kanske för att ta det ytterligare ett steg liksom. (Informant S9)

För unga kvinnliga informanter (18-35 år) ansågs kost, i form av val av livsmedel och att äta små portioner vara förknippat med en smal kropp, bättre självförtroende och psykiskt välbefinnande. Bland både de yngre och de äldre (36-57 år) kvinnliga informanterna ansågs en konsekvens av en smal kropp vara att kläder satt bättre och att urvalet av kläder blev större.

Nä, men jag vet inte, jag känner mig, jag vet inte. Det e väl kanske för att man känner sig snyggare liksom eller, ja, kläder så sitter bättre än vad dom skulle ha gjort annars till exempel. Man kan ha vissa saker på sig som man inte skulle haft annars, ja. Lite så. (Informant T4)

Flera kvinnliga informanter menade att vad som påverkade matval och kosthållning kunde härledas till vardagens stress. Att arbeta långa dagar och uppleva att inte energin fanns där för att laga mat eller att helt enkelt inte hinna med att äta en bra och nyttig kost. I stället konsumerades det som fanns tillgängligt eller så hoppades måltider över i brist på tid och ork. En annan påverkansfaktor ansågs vara den press som följde med budskap från både media och samhälle om hur en kvinna bör se ut.

Jag tror att det är stress. Asså mest stress å sen också att det är sånt pådrag på hur man ska se ut idag liksom. Vissa äter ingenting alls, mens andra äter typ bara skräpmat för att dom inte hinner nått annat eller dom hinner inte laga mat eller ja, såna saker, det tror jag. (Informant N6)

4.4.2 Fysisk aktivitet och livsstil

Majoriteten av informanterna kopplade fysisk aktivitet till att träna på ett gym eller att gå på träningspass, till exempel på Friskis & Sveltis. Rent allmänt kunde media här ses som en inspirationskälla för fysisk aktivitet. Flera informanter medgav att genom budskap som presenterades via TV och tidningar hade de insett att de borde träna mer. Vardagsmotionen framhölls dock som den viktigaste. Hur informanterna sedan såg på träning och hur de motiverades varierade beroende på ålder, om träning redan var en stor del av vardagen, om den tidigare hade varit det eller om ingen tidigare träning varit aktuell samt det egna intresset. Flertalet informanter tydliggjorde att de skulle vilja träna mer, återuppta träning eller byta till nya former av träning. Som inspirationskälla till att träna och för ett hälsosamt leverne kunde reality-serier på TV, så som ”Biggest Loser”, ”Träna med Anna Anka” och ”Anna Skipper” inspirera och ge tips och råd. Flera av de yngre informanterna (18-35 år) menade att de självklart tränade eller ville träna mer för att må bra. Dock framhölls att utseendet var en avgörande faktor och motivation till träning. Att träna framhölls vidare som en livsstil i sig.

*Att se bra ut faktiskt, ja. Att inte ha den självkänslan man har kanske. Jag känner ju att jag skulle vilja gå ner till gymmet bara för att se bättre ut.
(Informant N6)*

Jag vill ju bli starkare, bättre, bigger, faster, stronger – allt, å då måste man tänka annorlunda i sin träning och därför är det kanske inte bara, jag tränar ju inte bara för å få en hälsosam... utan jag tränar ju för å få en starkare och bättre kropp. (Informant D5)

Bland de äldre informanterna (36-57 år) beskrevs kroppens åldrande som en motivation till träning snarare än medias budskap om ett vackrare utseende. Att hålla igång kroppen ansågs vara viktigt för att slippa värk i rygg och axlar. Vidare ansågs träningen ge energi och ork att ta itu med vardagen. Det som ansågs stå i vägen för att vara mer fysiskt aktiv och träna mer, var för flertalet informanter tiden eller att helt enkelt inte förmå sig komma iväg och träna.

Asså, ja, men ja e ju över 40, satt jag märker ju redan att kroppen inte e som den var förut, att man inte orkar lika mycke å om man sitter konstigt så får man ont i ryggen å. Halkar man till kan man få ont i knä, asså de e, de märks skillnad. Satt de e verkligen nått ja tänker på hela tiden, att ja måste börja va mera aktiv den tiden, så de e junte bara liksom för att

ja ska känna mig bra just nu utan man måste ju tänka, å de borde ju motivera mig å mentalt motiverar de mig för att ja vet att ja ska göra de men sen gör ja de alla fall inte. (Informant C8)

4.5 Medveten påverkan

Majoriteten av informanterna menade att det främsta målet för deras hälsa och livsstil var att må bra, träna mer och ta hand om sig själva. Majoriteten framhöll också att medias budskap skulle tas ”med en nypa salt” och att det inte gick att tro på allt som presenterades i media. Bland de yngre informanterna fanns en medvetenhet kring att många av de bilder som presenteras i tidningar, de smala kvinnokropparna och de muskulösa manliga, i de flesta fall var retuscherade på ett eller annat sätt. Därmed ansågs inte påverkan vara omedveten. I stället framhölls att mediabudskap om kroppsideal i det närmaste kunde upplevas som medveten påverkan – att en viss påverkan genom media skedde trots vetskapen om att den varken var sanningsenlig eller verklighetstrogen.

Ja, det tror jag, faktiskt. Det spelar ingen roll att man ändå är medveten om det att dom har gjort om. Man blir nog påverkad ändå, faktiskt, tror jag. Även fast man försöker, nej, men jag blir inte, men man blir nog det. Ja. (Informant T4)

4.6 Konklusion

Syftet med studien var att beskriva hur individen upplever att medias budskap om hälsa påverkar livsstilen gällande kostvanor och fysisk aktivitet. Huvudresultatet visade att mediabudskap påverkade informanterna olika beroende på ålder, intresse och livssituation. En viss skillnad kunde också påvisas utifrån olika yrkeskategorier. Bland de yngre informanterna relaterades kost och fysisk aktivitet i högre grad till utseendet än bland de äldre. Oavsett ålder, fanns det bland kvinnorna generellt en viss önskan om att ”gå ner några kilon” för att kläderna skulle passa bättre. Medias budskap om en smal kropp, eller en vältränad och muskulös kropp, upplevdes som en press bland de yngre informanterna, där en smal kropp bland de yngre kvinnorna även förknippades med bättre självförtroende och psykiskt välbefinnande. Utseendet kunde därmed ses som en motivation till träning och fysisk aktivitet. Vad gällde kosthållning, kunde stressen i vardagen vara en avgörande faktor när det kom till kostval, men där även media och samhället hade en avgörande roll som viktiga trendsättare, då det genom dessa kanaler spreds många budskap om utseende och kroppsideal.

Något som bland de äldre informanterna manade till eftertanke i högre utsträckning än andra mediabudskap, gällde riskbudskap rörande livsmedel, dess ursprung och kravmärkning, och om det verkligen var ekologiskt. Kroppens åldrande och vikten av att hålla igång för att slippa värk gavs också stort utrymme bland de äldre och var i högre grad motiverande till träning och fysisk aktivitet än medias budskap om ett vackrare utseende. Majoriteten av informanternas mål med hälsa och livsstil var att må bra, träna mer och ta hand om sig själva. Flertalet hävdade också att mediabudskap inte helt gick att lita på. Bland de yngre informanterna fanns en hög grad av medvetenhet kring hur media förvränger och omvandlar budskap om kroppsideal och utseende, varpå påverkan upplevdes ske medvetet, trots att full förståelse fanns för att budskapen varken var sanningsenliga eller verklighetstroga.

5. Diskussion

5.1 Resultatdiskussion

5.1.1 Livsstilsbudskap

Media som källa till information har visat sig ha en stor betydelse för individers attityder, kunskaper och hälsobeteenden (Sandberg, 2005). I den här studien hade informanterna en relativt god övergripande kunskap om vad det innebär att leva hälsosamt, trots att detta inte var någonting de reflekterade över dagligen. I resultatet framkom också att de flesta fick sin hälsoinformation via media och där endast ett fåtal nämnde statliga myndigheter i form av Statens folkhälsoinstitut och Livsmedelsverket som ursprungskällor till hälsoinformation. Detta stämmer överens med vad Sandberg (2005) hävdar, att budskap om hälsa skapas och omvandlas i många skilda kontexter, och där mediabudskap kan uppfattas som ständigt närvarande. Kanske är det så att mediabudskap, generellt sett, är svåra att undvika för att de finns överallt och är en sådan stor del av det sätt på vilket kommunikation sker i samhället? Kan det vara så att eftersom utbudet är så stort och mediabudskapen om hälsa så många, att individen helt enkelt väljer ut de budskap som passar med de egna värderingarna och väljer att tro på detta, oberoende av om hälsobudskapet överensstämmer med officiella rekommendationer eller inte? Enligt Sandberg (2005) finns det i mediabudskap om hälsa något för alla och att vad individen väljer att tro på, beror helt på det egna intresset och de egna uppfattningarna, vilket också stämmer med de resultat som presenteras här.

5.1.2 Källa till information

I en studie av de Almeida, et al. (1997) visade resultatet att de medier som användes mest frekvent var TV/radio samt veckotidningar och dagstidningar. Detta resultat stämmer överens med det resultat som presenterats i denna studie, med den skillnaden att informanterna i denna studie också uppgav internet som en stor källa till information och att radio inte användes i någon hög utsträckning. En annan källa till information var arbetskollegor, specifika författare, vårdpersonal eller idrottsläkare, där vissa även nämnde speciella idrottstidningar eller sajter på internet. I en studie av Dutta - Bergman (2004) visade resultatet att aktiva kommunikationskanaler så som interpersonell kommunikation, tryckta medier och internet visat sig vara den primära källan till information om hälsa bland hälsomedvetna och individer med starka övertygelser gällande hälsorelaterade aktiviteter, medan individer som var mindre hälsomedvetna i större utsträckning använde sig av passiva informationskanaler så som TV och radio (ibid.). Bland de informanter i denna studie som till vardags inte reflekterade över hälsa, men som ändå hade goda övergripande kunskaper om en hälsosam livsstil, uppgavs, förutom TV att även dagstidningar, veckotidningar och internet användes som informationskällor. Detta kan tolkas som att det trots skillnader i kunskap om hälsa bland olika grupper i befolkningen, ändå finns en form av allmän hälsomedvetenhet hos de flesta, där den stora skillnaden inte är kunskap eller okunskap, utan snarare att individer väljer att ta till sig av olika hälsobudskap, beroende på intresse, ålder och livssituation. Det är möjligt att även yrkeskategori spelar in när det kommer till valet av hälsobudskap. En annan möjlig tolkning av resultatet kan härledas till Antonovsky (2005), som menade att individen kan ses befinna sig längs ett kontinuum som hela tiden rör sig och där ytterpunkterna är hälsa och ohälsa (ibid.). Kan det vara så att de källor till hälsoinformation individen väljer att använda, beror på var någonstans individen befinner sig längs detta kontinuum och hur individen mår och ser på sig själv?

5.1.3 Sanningshalten i mediabudskap och kopplingen till officiella rekommendationer

Informanterna i denna studie ansåg att allt i media inte gick att lita på och att mycket skulle "tas med en nypa salt." Detta till trots, kunde media ändå ses som en inspirationskälla till kostvanor och fysisk aktivitet. Vidare menade flertalet informanter att det var individens eget ansvar att sovra bland alla olika hälsobudskap. Kan det finnas en fara i att så mycket ansvar läggs på individen när det handlar om att avgöra om mediabudskap är sanningsenliga eller inte? Trots att det kan antas finnas en slags allmän hälsomedvetenhet i befolkningen, är hälsobudskapen som presenteras i media många och kanske därigenom, ofta svåra att tolka? I

studierna av Byrd- Bredbenner & Grasso (1999) samt Story & Faulkner (1990) visades att hänvisningar till kost gjordes 4,8 gånger per 30 minuter programtid i TV. Majoriteten av dessa hänvisningar var till kost med lågt näringsvärde, som presenterades av individer med en smal kroppsbyggnad. Detta kunde indikera för tittaren att det var fullt möjligt att konsumera en diet med högt kaloriinnehåll och ändå vara smal, frisk och vacker, vilket inte stämmer överens med officiella rekommendationer (ibid.). Enligt Andersson & Ågren (2005) bör en god kosthållning innehålla frukt, grönsaker och fullkornsbröd, fisk, flytande matfett och olja i matlagning och där nyckelhålmärkta livsmedel bör användas betydligt mer än läsk, glass, godis och alkohol (ibid.).

5.1.4 Medias påverkan

Vad informanterna i denna studie tog till sig av beträffande kostvanor och fysisk aktivitet, visade sig vara olika beroende på ålder, intresse och livssituation samt till viss del yrkeskategori. Bland de yngre informanterna framkom att mycket av medias budskap handlar om utseendet och att medias budskap om en smal kropp eller en vältränad och muskulös kropp skapade press, där en smal kropp bland de yngre kvinnorna var förknippad med kostvanor, bättre självförtroende och psykiskt välbefinnande. Bland de äldre informanterna skapade riskbudskap om livsmedel en större oro, än oro över mediala budskap om utseende. Idag visar flera studier att medias hälsobudskap och larmrapporter har en påverkan på individens livsstil (Byrd – Bredbenner & Grasso, 1999; Lundgren, 2005; Lupton, 2004; Sandberg, 2005; Story & Faulkner, 1990). Studier har genomförts för att ta reda på hur individen reagerar på medias hälsobudskap och vilka konsekvenser detta kan få för livsstilsval och hälsa. Det stora utbudet av hälsobudskap har gett allmänheten större möjlighet att delta i beslut som rör den egna hälsan (Sandberg, 2005). Inom det salutogena synsättet hanterar individen olika företeelser och händelser olika beroende på hur starkt KASAM individen har (Antonovsky, 2005). Kan det vara så att en högre grad av *känsla av sammanhang* kommer med ålder och att det därför fanns skillnader i hur olika informanter tog till sig av mediabudskap samt hur de påverkades av dem? Eller är det helt enkelt så att i vilken grad en individ känner *känsla av sammanhang* helt och hållet är individuellt, beroende på andra faktorer som till exempel personlighet? Det skulle kunna vara troligt att vi människor blir lugnare och mer erfarna med åldern, eller så byts orosmomenten helt enkelt ut, vilket i så fall skulle innebära att ett högt KASAM har mer med personligheten att göra än med ålder och erfarenhet.

5.1.4.1 Kost och livsstil

Bland informanterna i denna studie ansågs kost och träning höra ihop, även om kosthållning som sådan innebar olika beroende på om det var en man eller kvinna. Vidare påvisades även skillnader beroende på ålder och livssituation. Dock framkom i resultatet att media hade en viss påverkan med sitt smala ideal bland kvinnor och sitt muskulösa bland män. I en studie av Harisson, Taylor & Marske (2006) visade resultatet att bland de unga kvinnor som hade en skev kroppsuppfattning, kunde en minskning av mängden konsumerad mat tillsammans med vänner påvisas efter exponering av bilder på smala kvinnliga modeller. Bland de unga männen visade resultatet tvärtom, en ökad mängd konsumerad mat tillsammans med vänner efter exponering av bilder på muskulösa manliga kroppar (ibid.). Även graden av stress var avgörande för kosthållning och där vissa informanter uppgav att de ibland hoppade över måltider eller åt vad som fanns tillgängligt i brist på tid. Kan det vara så att de ständiga mediala budskapen om smala och vältränade kroppar tillsammans med det snabba tempo som tillhör människors vardag, har gjort kosten lika kommersiellt förhandlingsbar som kroppen har blivit en kommersiell produkt? Är pressen så stor på hur vi ska se ut idag, att det inte längre är hunger som avgör när och vad vi ska äta, utan vilka storlekar på kläder som passar? Bland de äldre informanterna uppmärksammades också riskbudskap i form av olika livsmedels innehåll och om det gick att lita på producenterna. Tidigare studier har visat att riskbudskap i media gällande livsmedel och livsmedelsproduktion påverkar framförallt kvinnor med familj, eftersom de har en försörjande roll (Vardeman & Aldoory, 2008). Eftersom människor i dagens samhälle till stor del är beroende av den kost som säljs i matvarubutikerna, är det inte konstigt om medias budskap om risker med olika livsmedel får stor uppmärksamhet. Kanske är det också så att det på grund av den mängd budskap som florerar blir svårt att till slut veta vilka som är mediabudskap och vilka som kommer från statliga myndigheter, vilket resulterar i att individen upplever att det inte finns någon att fråga, för vem ska gemene man lita på? Här kan media antas ha ett stort ansvar när det gäller att förmedla budskap på rätt sätt, för det är inte bara konsumenten som blir utan viktiga näringsämnen, även producenten drabbas genom uteblivna inkomster.

5.1.4.2 Fysisk aktivitet och livsstil

Generellt bland informanterna i den här studien, kunde media tjäna som en inspirationskälla till fysisk aktivitet och ett flertal uppgav att de genom media insett att de skulle behöva träna mer. Dock ansågs ändå vardagsmotionen vara den viktigaste. De yngre informanterna ansåg att utseendet hade en viss betydelse för träning och att de gick till gymmet för att se bättre ut

och få en starkare kropp. I en studie av Hatoum & Belle (2004), där syftet var att undersöka sambandet mellan mediekonsumtion och missnöje med den egna kroppen bland unga män, visade resultatet att de deltagare som den senaste månaden läst manligt inriktade herrtidningar oroade sig i högre grad över varje aspekt gällande muskelstyrka och träning (ibid.). Bland de äldre informanterna handlade motivationen för träning mer om kroppens åldrande, om att slippa värk och att hålla kroppen igång. På frågan om medias påverkan, är det intressant att fråga sig om mediabudskap om träning skapar mer dåligt samvete än mediabudskap om kost? Är kanske fysisk aktivitet och träning i högre grad förknippad med hälsa, medan kosten i högre grad är förknippad med utseende? Eftersom den egna hälsan kan antas vara viktig för de flesta människor, och då hälsa som ett modernt begrepp används flitigt i olika medier, kan en möjlig slutsats vara att träningen, eller den fysiska aktiviteten på så sätt får mer plats i människors medvetande och skapar mer dåligt samvete när den utblir jämfört med en utebliven sund kosthållning.

5.1.5 Medveten påverkan

Enligt Sandberg (2005) ses forskningen kring hur individen påverkas av mediabudskap som ett relativt ungt område i Sverige. Ett resultat som visades i denna studie var att bland de yngre informanterna – trots vetskapen om att medias bilder på ideala kroppar samt budskapen om det smala och vackra, varken är sanningsenlig eller verklighetstrogen – så upplevs ändå en viss medveten påverkan ske, där individer tar till sig av de mediabudskap de ser och läser. Skulle detta kunna förklaras genom att det är så inpräntat i unga människor idag att utseendet spelar roll, att skönhet och en perfekt kropp tillmäts uppmärksamhet och ett värde? Kanske spelar också den rådande kulturen in, där vad som är vackert och fult redan är bestämt och där det vackra prioriteras och värdesätts? Detta skulle kunna förklara varför massan av människor kan antas uppskatta samma sak. Dessutom presenteras de flesta mediabilder som ska representera skönhet på samma sätt, vilket inte ger utrymme för människor generellt, att ens lära sig att uppskatta någonting annat. Enligt Lundgren (2005) kan medievärlden och modebranschen ses som starka trendsättare, där budskap och värderingar påverkar ungdomar och där ökat medieutrymme för ätstörningsproblematik, kan leda till både undervikt och övervikt (ibid.). Därmed ges heller inte utrymme att vända, vad som för vissa innebär en destruktiv trend för den egna hälsan, något som också kan ses som en destruktiv trend för hälsoutvecklingen i samhället i stort.

5.2 Metoddiskussion

5.2.1 Design

För att undersöka syftet med studien valdes en empirisk, kvalitativ design av deskriptiv karaktär. Positivt med denna design anses vara att kvalitativa studier oftast är lättare att förstå för läsaren genom att resultatet presenteras i en konkret form och på ett förståeligt sätt (Trost, 2005). Negativt kan vara att kvalitativa studier bygger på små urval som inte är representativt för befolkningen i stort, vilket anses som ett hot mot överförbarheten. Genom att visa att datainsamling skett på ett seriöst och relevant sätt i förhållande till aktuell problemformulering kan dock hotet mot överförbarheten minskas (ibid.). Då syftet med studien var att undersöka och beskriva upplevelser, attityder och påverkansfaktorer i samband med mediaexponering, ansågs en empirisk, kvalitativ studiedesign vara relevant, då studien på detta sätt kan presenteras på ett lättförståeligt, konkret och trovärdigt sätt i förhållande till syfte och frågeställningar.

5.2.2 Urvalsmetod

Då urvalet till denna studie skedde genom ett bekvämlighetsurval och då informanterna själva valde att delta finns en risk att resultatet har påverkats, eftersom det inte går att veta om urvalet är representativt. Detta då informanterna kan vara för lika, vilket i så fall inte skulle vara karakteristiskt för befolkningen i stort (Hartman, 2004). Alltså kan detta ha påverkat generaliserbarheten. Vidare kan generaliserbarheten ha påverkats utifrån att endast nitton personer deltog i studien, vilket inte är generaliserbart för befolkningen i stort. Även om det inte har funnits några personliga relationer med informanterna, så gjordes en kontakt genom en väns arbetsplats, vilket kan ha påverkat resultatet, dels genom att informanterna på denna arbetsplats kan ha känt sig manade att delta av lojala skäl, vilket kan ha inneburit att de känt sig pressade eller varit obekväma i situationen. Dels kan det faktum att vännen var känd innebära att övriga informanter på arbetsplatsen inte kunde vara helt ärliga i sina svar, på grund av rädsla i samband med anonymitet och sekretess. Att välja informanter med olika demografiska skillnader, såsom åldersvariation, olika levnadssituationer och intressen samt olika yrkeskategorier ses som någonting positivt, då detta ökar möjligheten att belysa syfte och frågeställningar utifrån en mängd olika aspekter och infallsvinklar (Graneheim & Lundman, 2004).

5.2.3 Datainsamlingsmetod

Att kvalitativa intervjuer har valts som datainsamlingsmetod i denna studie beror på att kvalitativa intervjuer, genom öppna frågor anses generera innehållsrika svar, där upplevelser,

skeenden och mönster kan undersökas, vilket är förenligt med syftet i denna studie. Positivt med kvalitativa intervjuer är också den personliga kontakt som uppstår mellan intervjuare och informant, något som inte är möjligt i en enkät, där frågorna är fasta och där ingen personlig kontakt finns mellan forskare och informant (Hartman, 2004). Fokusgrupper kan också användas för att tillhandahålla innehållsrika svar och för att undersöka upplevelser och skeenden, genom att de intervjuade i grupp för ett samtal om det valda ämnet, där intervjuaren observerar snarare än interagerar. Denna form av intervjuande kan dock medföra vissa etiska problem, då den intervjuade gruppen följer med i vad en enskild informant säger och gör och där det inte finns någon garanti för att medlemmarna av fokusgruppen kommer att hålla tystnadsplikten utanför intervjun, som en intervjuare alltid måste göra (Trost, 2005). En annan anledning till att fokusgrupper inte valdes som datainsamlingsmetod var att ingen av de tillfrågade personalcheferna var villiga att tillåta en personalgrupp vara borta under arbetstid de minst två timmar, som en fokusgrupp skulle innebära.

Under en intervju kan det finnas risk att den intervjuade blir påverkad av intervjuaren på ett eller annat sätt, varvid det är viktigt att intervjuaren är neutral, både i val av kläder och i mötet med den som ska bli intervjuad (Trost, 2005). För att undvika att påverka informanterna i samband med intervjuerna, lades stor vikt vid att hålla ett neutralt, ödmjukt förhållningssätt, både i val av kläder och i framtoning samt att frågorna har försökt ställas på samma sätt till samtliga informanter, och genom att ledande frågor undvikits. Vidare har informanternas slutgiltiga svar inväntats innan nästa fråga ställts.

5.2.4 Tillvägagångssätt

Att arbetsplatsernas personalchefer tillfrågades först om intresse fanns att tillåta sin personal delta i studien, kan ha påverkat resultatet utifrån att vissa anställda kanske egentligen inte ville delta, men där en viss påverkan och påtryckning ändå kan ha skett från både personalchef och arbetskamrater. Detta skulle i sådant fall kunna innebära att samtyckeskravet som enligt Vetenskapsrådet (1990) innebär att en deltagare i en studie ska ge sitt samtycke till att delta, möjligen kan ifrågasättas.

Att intervjuerna utfördes på olika arbetsplatser och under arbetstid kan ha medfört att informanterna upplevde en viss grad av stress i samband med intervjuerna och på det sättet inte lämnat sanningsenliga eller genomtänkta svar. I samband med intervjuer är den omgivande miljön viktig, där den intervjuade ska känna sig trygg och där miljön ska vara så ostörd som möjligt (Trost, 2005). Dessutom ska inga andra åhörare finnas (ibid.). Trots att miljön inför

intervjuerna beaktades genom att välja så ostörda miljöer som möjligt i form av personliga kontor, lunchrum, arbetsplatsbibliotek och delar av arbetsplatsen, där soffor och bekväma fåtöljer fanns att tillgå, går det ändå inte att garantera att inte miljön kan ha påverkat resultatet. Detta eftersom det på en arbetsplats, trots avskilda delar ändå cirkulerar människor och på det sättet inte går att få en helt ostörd miljö.

Då en forskare är väl insatt i sitt ämne är det av största vikt vid planering av kvalitativa studier att beakta risken för att forskaren i möte med informanter och i samband med analys av data är behäftad med förutfattade meningar (Hallberg, 2002). I konstruktionen av frågor till intervjuguiden förutsattes att benämningen ”officiella rekommendationer” var ett allmänt känt begrepp. Trots att testintervjuer utfördes, visade det sig dock i samband med intervjuerna, att endast ett fåtal av informanterna förstod innebörden av begreppet, vilket resulterade i att tid fick läggas på att förklara och ge exempel på begreppets innebörd, och vad det syftade till i denna studie. Detta kan ha påverkat resultatet genom att informanterna på den frågan möjligen inte helt förstod innebörden, vilket lämnade utrymme för egen tolkning samt att viss risk finns att informanterna genom förklaringen blev påverkade att svara på ett visst sätt.

5.2.5 Dataanalys

Analys av data skedde genom en innehållsanalys, där intervjumaterialet reducerades, organiserades och kategoriserades. Med ett gemensamt namn kallas detta för ”kodning” (Hartman, 2004). Trots att slutgiltiga kategorier bildades, finns en risk att dessa inte i tillräckligt stor utsträckning och med tydlighet beskriver de underliggande styckenas innehåll, vilket kan ha påverkat överförbarheten. Vidare kan det faktum att fokus har legat på det *manifesta* innehållet i texten inneburit att underliggande betydelser i form av det *dolda* och *latenta* har förbigåtts, vilket kan ha påverkat resultatet och vidare överförbarheten, då materialet inte analyserats lika djupt och med lika hög nivå av abstraktion (Graneheim & Lundman, 2004). En annan faktor som kan ha påverkat överförbarheten, likväl som läsbarheten och förståelsen av resultatet är att inte någon figur som beskriver kategoriseringsprocessen presenteras. Detta då de slutgiltiga kategorierna vid tidpunkten för konstruering av presentation ansågs tillräckligt tydliga för att tala för sig själva.

5.2.6 Forskningsetiskt övervägande

Då vissa individer i sitt talspråk använder många slanguttryck, så som till exempel ”typ”, ”asså” och ”liksom” är det enligt Trost (2005) utifrån en etisk aspekt beaktansvärt att i presentationen, genom de citat som används rätta till slanguttrycken och på det sättet undvika

att såra individer eller kränka deras integritet, då de eventuellt i framtiden kan komma att ta del av det skrivna dokumentet. I denna studie valdes att direkt översätta talspråket till skriftspråk, utan ändringar för att stärka överförbarheten, varpå ett etiskt fel kan ha begåtts.

5.3 Förslag på fortsatt forskning

I den här studien har individens upplevelse av mediabudskapens påverkan på livsstilen, gällande kostvanor och fysisk aktivitet studerats. Då resultatet visade att mediabudskap har en viss påverkan på individen, beroende på ålder, intresse, livssituation samt yrkeskategori, finns därför ett intresse att ytterligare studera hur individen upplever att medias budskap gällande kostvanor och fysisk aktivitet påverkar livsstilen. Vidare finns ett intresse att undersöka hur olika grupper i samhället upplever sig påverkas av medias budskap om hälsa. Detta skulle kunna innefatta hur barn påverkas av mediabudskap, hur föräldrar ser på mediabudskap och om mediabudskapet förändrar de mat- och livsmedelsval samt det rörelsemönster familjer har idag. Det vore också intressant att mer ingående studera skillnader mellan könen och om socioekonomisk tillhörighet påverkar hur mediabudskap tas emot, tolkas och omvandlas gällande kostvanor och fysisk aktivitet.

Vidare framkom i resultatet att mediepåverkan upplevs som en medveten påverkan, där individen, trots kunskaper om att mediabudskap i många fall varken är sanningsenliga eller verklighetstrogn, ändå låter sig påverkas av dess budskap. För att i framtiden skapa bättre förståelse kring mediapåverkan och dess konsekvenser för individers livsstil, ses här ett mycket viktigt forskningsområde, där kulturen, likväl som samhällets attityder och värderingar kring kropp och utseende bör studeras mer ingående. Kan ett samhälles kulturella betingelser orsaka en ökad press på den enskilda individen så till den grad, att den egna kunskapen och förståelsen förbigås till förmån för de mediala budskap som speglar samhällets tidsanda, likväl som underliggande bestämmelser kring vad som värderas och vad som förpassas? På vad grundar sig dessa värderingar? Hur påverkar den ökade pressen om ett vackert utseende, individens känsla av tillhörighet och värde? Kan dagens självmord bland unga kopplas till en press om att duga, där media inte bara spelar rollen som budskapsspridare, utan också kan ses som en gränsdragare, där ett ytterligare ”Vi och dom” – tänkande stärks till förmån för dem som har turen att passa inom dess ramar? Mediaforskning kring budskap om hälsa och hur det påverkar individen ses idag som ett ungt forskningsområde i Sverige (Sandberg, 2005). Att skapa förståelse kring mediapåverkan är av

största vikt, då media kan ses som det främsta sätt på vilket kommunikation sker i samhället, där många människor får sin kunskap och information från media (de Almeida, et al. 1997).

5.4 Slutord

För att i framtiden kunna minska skillnader i hälsa bland befolkningen och skapa så likartade förutsättningar som möjligt för nuvarande och kommande generationer, och för att minska såväl övervikt som undervikt samt öka det allmänna fysiska och psykiska välbefinnandet, ses här förståelsen kring mediabudskapen och dess påverkan kunna spela en viktig roll när det handlar om att vända destruktiva trender gällande kropp och utseende. Av samma skäl är det angeläget att påskynda det arbete som innebär att sprida nya budskap om sunda inställningar, där hälsa och välmående får större utrymme och värderas högre än i det skinn, i vilket vi alla är skapta. I likhet med det salutogena synsättet, där ett större fokus riktas mot de faktorer som skapar och upprätthåller hälsa (Antonovsky, 2005), bör även ett framtida fokus riktas mot den mångfald av individer som kan ses berika ett samhälle och skapa goda förutsättningar för växande och utveckling. Detta istället för att betrakta individer som friska eller sjuka, vackra eller fula, smala eller tjocka, intelligenta eller ointelligenta. Då ingenting är svart eller vitt finns här en önskan och en förhoppning om att bilden av den hälsosamma människan i framtiden, genom media kommer att presenteras på ett något mer nyanserat och mångfacetterat sätt samt att destruktiva trender gällande utseende, med ökad kunskap kan omvandlas till förmån för ett mera öppet, accepterande och icke-fördömande samhälle.

6. Referenslista

- Andersson, I., & Ågren, G. (2005). *Kunskapsunderlag för goda matvanor och ökad fysisk aktivitet*. Statens folkhälsoinstitut: Stockholm.
- Antonovsky, A. (2005). *Hälsans mysterium*. Stockholm: Natur och kultur.
- Backman, J. (2008). *Rapporter och Uppsatser*. Lund: Studentlitteratur.
- Byrd- Bredbenner, C., & Grasso, D. A Comparative Analysis of Television Food Advertisement and Current Dietary Recommendations. *American Journal of Health studies*. 1999; 15; 4; 169-180.
- de Almeida, M.D.V., Graça, P., Lappalainen, R., Giachetti, I., Kafatos, A., Remaut de Winter, A.M., & Kearney, J.M. Sources Used and Trusted by Nationally-Representative Adults in the European Union for Information on Healthy Eating, *European Journal of Clinical Nutrition*. 1997; 51 (suppl. 2); 16-22.
- Dutta-Bergman, Mohan J. Primary Sources of Health Information: Comparisons in the Domain of Health Attitudes, Health Cognitions, and Health Behaviors. *Health Communication*. 2004; 16; 3; 273- 288.
- Graneheim, U. H., & Lundman, B. Qualitative Content Analysis in Nursing Research: Concepts, Procedures and Measures to Achieve Trustworthiness. *Nurse Education Today*. Elsevier Ltd. 2004; 24; 105-112.
- Hallberg, L. R-M. (Ed.). (2002). *Qualitative Methods in Public Health Research- Theoretical Foundations and Practical Examples*. Lund: Studentlitteratur.
- Harrison, K., Taylor, L-D., & Marske, A-L. Women`s and Men`s Eating Behavior Following Exposure to Ideal-Body Images and Text. *Communication Research*. 2006; 33; 6; 507-529.
- Hartman, J. (2004). *Vetenskapligt tänkande – Från Kunskapsteori till metodteori*. Lund: Studentlitteratur.

Hatoum, J-I., & Belle, D. Mags and Abs: Media Consumption and Bodily Concerns in Men. *Sex Roles*. 2004; 51; 7/8; 397- 407.

Henriksson, J., & Sundberg, C-J. (2008). *FYSS 2008: Fysisk aktivitet i sjukdomsprevention och sjukdomsbehandling*. Yrkesföreningar för fysisk aktivitet (YFA). Statens folkhälsoinstitut: Stockholm.

Lundgren, B. (red.). (2005). *Folkhälsopolitisk Rapport 2005:5*. Statens folkhälsoinstitut: Stockholm.

Lupton, D. `A Grim Health Future: Food Risks in the Sydney Press. *Health, Risk & Society*. 2004; 6; 2; 187-200.

May, T. (2001). *Samhällsvetenskaplig forskning*. Lund: Studentlitteratur.

Sandberg, H. Medier som arena för hälsokommunikation. *Nordicom Information*. 2005; 27; 2; 27-36.

Story, M., & Faulkner, P. The Prime Time Diet: A Content Analysis of Eating Behavior and Food Messages in Television Program Content and Commercials. *American Journal of Public Health*. 1990; 80; 6; 738-740.

Trost, J. (2005). *Kvalitativa Intervjuer*. Lund: Studentlitteratur.

Vardeman, J-E., & Aldoory, L. 'A Qualitative Study of How Women Make Meaning of Contradictory Media Messages About the Risks of Eating Fish'. *Health Communication*. 2008; 23; 3; 282- 291.

Vetenskapsrådet. (1990). *Forskningsetiska principer inom humanistisk- samhällsvetenskaplig forskning*. Vetenskapsrådet. Uppsala Universitet: Uppsala.

WHO. (1986). *Ottawa charter for health promotion*. WHO International: Canada.

Elektroniska källor

Nationalencyklopedin. (2010). Definition av ordet: Kost. Tillgänglig:
<http://www.ne.se/sok/kost?type=NE>. 2010-10-27 17:08.

Nationalencyklopedin. (2011). Definition av ordet: Information. Tillgänglig:
<http://www.ne.se/sok/information?type=NE> 2011-01-25 18:42.

Nationalencyklopedin. (2011). Definition av ordet: Massmedier. Tillgänglig:
<http://www.ne.se/massmedier> 2011-01-26 08:38.

Svenska Akademiens Ordbok. (2010). Definition av ordet: Livsstil.
Tillgängligt: <http://g3.spraakdata.gu.se/saob/> 2010-11-09 16:23.

Bilaga 1. Intervjuguide

Intervjuguide

- 1, Ålder?
- 2, Civilstånd?
- 3, Vad känner du till om officiella rekommendationer för en hälsosam livsstil?
- 4, Var har du hämtat den informationen?
- 5, Vem tror du står bakom den informationen?
- 6, Vad tror du om sanningshalten i den information du tagit del av?
- 7a, Vilka medier använder du mest/oftast?

(till exempel Tv, radio, veckotidningar, internet eller annan reklam)
- 7b, Vad tror du om sanningshalten i dessa medier?
- 8, Vad anser du ingår i en hälsosam livsstil?
- 9, Vad är viktigt för dig gällande din egen livsstil? Vad prioriterar du?
- 10, Funderar du någonsin över dina egna kostvanor och vad som påverkar dig till att göra de matval du gör?
- 11a, Var hämtar du information gällande råd om kost och kostvanor?
- 11b, Vilka budskap gällande kost och kostvanor tar du till dig av?
- 12a, Funderar du någonsin över fysisk aktivitet och din egen grad av fysisk aktivitet?
- 12b, Var hämtar du information gällande råd om fysisk aktivitet?
- 13, Vilka budskap gällande fysisk aktivitet tar du till dig av?
- 14, Vilka är dina personliga mål rörande kost och fysisk aktivitet?

Bilaga 2. Missivbrev

En studie om livsstilsbudskap och hälsa

Hej!

Jag studerar till hälsovetare vid högskolan i Gävle och håller på att skriva min C-opsats i ämnet folkhälsovetenskap. Min avsikt är att undersöka om livsstilsbudskap om hälsa påverkar den enskilda individen. Studien riktar sig både till män och kvinnor och är tänkt att genomföras via intervjuer.

Om möjligheten finns, är nu min önskan att få intervjua 8st medarbetare på er arbetsplats någon gång mellan mitten och slutet av november, närhelst det passar er.

Det är självklart frivilligt att delta och alla enskilda svar är anonyma och kommer att behandlas konfidentiellt. Det går givetvis också att avbryta deltagande i undersökningen när som helst.

Om det uppkommer frågor är du välkommen att kontakta mig, Katarina Persson eller min handledare Gisela van der Ster.

Tack på förhand!

Katarina Persson

Mail: tinlin5362@hotmail.com

Telefon: 073-829 18 67

Gisela van der Ster

Mail: giavar@hig.se

Telefon: 026-64 82 89