



Information om viktminskning på internet

En intervjustudie med fokus på tillförlitlighet, ideal och viktminskningsmetoder

Weight loss information on the Internet

An Interview Study focused on trustworthiness, ideals and weight loss methods

Johanna Arogén

SAMMANFATTNING

Bakgrund Dagens samhälle är präglad av en medvetenhet kring övervikt, vilket kan ha lett till de ideal som råder när det gäller kropp och hälsa. Media påverkar samhällets ideal kring utseende och har en viktig roll vid spridning av kostinformation gällande viktning.

Syfte Syftet är att utforska synen på webbpublicerad kostinformation gällande viktning.

Metod Fyra kvalitativa intervjuer genomfördes och urvalet baserades på att deltagarna skulle ha en vilja att minska i vikt samt regelbundet läste kostinformation gällande viktning på internet.

Resultat Deltagarna trodde inte att informationen som ges i kvällstidningarnas webbupplaga är tillförlitlig och att enda syftet är att tjäna pengar. De upplevde förvirring kring nya rön och metoder gällande viktminskning och ansåg att omgivningen lätt tar till sig den information som finns på internet. Idealen i samhället och som visas på internet ansågs vara förvridna och ohälsosamma. Idealet tycktes vara en smal och vältränad kropp vilket informanterna inte själva upplevde sig kunde nå upp till och kände ett misslyckande över och gjorde att de även kände sig än mer uppgivna inför en viktminskning. Deltagarna menade också att begrepp som hälsa och sundhet förvridits till att mest handla om smalhet och att forma kroppen. Vidare uppfattade informanterna att de så kallade fettdieterna florerar mycket på webben och kändes svåra att särskilja. Samtidigt lockade snabba metoder i allmänhet och man betraktade snabba resultat som önskvärt.

Slutsats Denna studie har indikerat att idealen som upplevs råda i samhället vad gäller utseende kan leda till obehagskänslor hos de som inte kan nå upp till dem. Vad som är tillförlitligt är inte helt självklart och en viss förvirring uppfattas råda bland människor vad gäller råd om viktning.

ABSTRACT

Background Society today has a distinguished awareness of obesity as a problem, which forms the ideals regarding body and health. Media affects the ideals concerning appearance in today's society and has an important role in spreading nutrition information regarding weight loss.

Objective The purpose of this study was to explore how weight loss information published on the Internet is experienced.

Method Four qualitative interviews were conducted and the participants were selected according to a desire to lose weight, and a habit of visiting Internet pages for information regarding weight loss.

Results Participants believed the evening papers' webpages not to be trustworthy and their only purpose being making profit. Participants further feel confused when reading new advice about weight loss and states that society is more prone to accommodation. Society's ideals concerning appearance, which felt were to be a thin and fit body, were stated to be unhealthy. These ideals were perceived as unattainable which led to feelings of failure and lack of motivation to achieve weight loss. Notions of health were identified as twisted and mostly have to do with thinness and shaping the body. Participants believed the so-called "fat diets" dominated the internet and also difficult to distinguish between. On the other hand, quick fixes were viewed as appealing.

Conclusion This study has indicated that society's ideals concerning appearance can lead to anxiety if one cannot obtain the idealized appearance. To distinguish between trustworthy and incorrect information is difficult and there may be a certain confusion regarding weight loss guidance.

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1 BAKGRUND	5
2 SYFTE	6
3 METOD	6
3.1 Urval och rekrytering	6
3.2 Datainsamling	6
3.3 Analys	6
3.4 Etiska aspekter	6
4 RESULTAT	7
4.1 Kvällstidningarnas trovärdighet	7
4.1.1 <i>Informationen på kvällstidningarna styrs av vad som säljer</i>	7
4.1.2 <i>Informationen på kvällstidningarnas webbupplaga är underhållning</i>	7
4.1.3 <i>Många olika budskap sänker medan yrkeskompetens höjer trovärdigheten</i>	7
4.2 Idealen styr informationen	8
4.2.1 <i>Idealen är svåra att nå upp till</i>	8
4.2.2 <i>Idealet om en vältränad mage</i>	8
4.2.3 <i>Utseende och livsstil styr ställningen i samhället</i>	8
4.3 Viktminskningsmetoder	9
4.3.1 <i>Low Carb High Fat (LCHF) och Glykemiskt Index (GI)</i>	9
4.3.2 <i>Tallriksmodellen och Livsmedelsverket</i>	9
4.3.3 <i>Snabba viktminskningsmetoder</i>	9
4.3.4 <i>Omgivningen köper budskapet</i>	10
5 DISKUSSION	10
5.1 Metoddiskussion	10
5.2 Resultatdiskussion	11
6 SLUTSATS	12
7 TACK	13
8 REFERENSER	14
Bilaga 1. Rekrytering via blogg och facebook.	
Bilaga 2. Frågeguide.	
Bilaga 3. Exempel på meningsbärande enheter som blir koder och kategorier.	
Bilaga 4. Exempel på bild från Expressen, 12 april 2011	
Bilaga 5. Exempel på bild från Aftonbladet, 12 april 2011	

1 BAKGRUND

Andelen personer som lider av fetma eller övervikt har ökat de senaste tjugo åren. I Sverige är femtio procent av männen och en tredjedel av kvinnorna överviktiga eller feta (1). En studie som utförts i Norge visade att fetma är det man fruktar allra mest och också det man skattar som det största hotet mot folkhälsan i Norge – alltså tror man att fetma är farligare än cancer och rökning (2). Dessa fynd kan mest troligt även tillämpas på den svenska befolkningen.

Dagens samhälle är präglad av en medvetenhet kring övervikt, vilket kan ha lett till de ideal som råder när det gäller kropp och hälsa. Föreställningen är att kroppen ska vara smal och vältränad (3-4), och under de senaste decennierna har den ideala kroppen blivit allt smalare (3). För kvinnor är idealet smalt, medan männens ideal är muskulöst (5). Dessa ideal är inte bara svåra att uppnå utan kan också vara ohälsosamma. Kroppsbild i relation till självförtroende, depression, ångest och ätstörningar har länge studerats och man vet att det finns ett starkt samband mellan bristfällig kroppsbild och hur man uppfattar sociokulturella normer kring utseende, och man vet också att det främst är kvinnor som påverkas (3).

Problematiken kring kroppsideal förknippas med medias påverkan (6), som har en uttalad effekt på attityder och beteende i relation till kropp och ätande. Många forskare anser att massmedia är den främsta bidragande faktorn till missnöje med kroppen, oro för vikt och ätstörningar (7). Det har visat sig att kvinnor påverkas både direkt av media och indirekt via omgivningen som i sin tur påverkats av media (6). Om normen uppfattas som accepterad i omgivningen känner man sig pressad att passa in (4). Viss forskning har visat att även män känner press från massmedia och därefter får sämre självkänsla, vilket i sin tur leder till negativt beteende (exempelvis användning av steroider och kosttillskott, samt ätstörningar) (5). Relationen mellan massmedia och ätstörningar har studerats i över 30 år och uppfattningen är att mer forskning behövs för att kunna motverka den negativa utvecklingen vi ser i samhället (7).

En aspekt av hälsa i media är kostinformation på webben. Internet kan definieras som ett nytt medium och förutspås dominera den efterfrågestyrda hälsokommunikationen, vilket innebär att befolkningen aktivt söker viss information rörande hälsa (8). Användningen av internet ökar och 2010 använde nio av tio svenskar internet regelbundet, vilket är en ökning med tolv procentenheter sedan 2004 (9). På internet finns oändliga portaler, bloggar och informationssidor som förmedlar kostinformation. Enligt American Dietetic Association (ADA) är det viktigt att all kostinformation är korrekt. Desinformation när det gäller kost och hälsa kan ha förödande konsekvenser, inte bara på individnivå utan ur ett folkhälsoperspektiv. ADA poängterar att även media bör ha vetenskapligt grundade fakta när information ges till befolkningen. Det dyker ständigt upp nya dieter, metoder och rön för viktnedgång och med den rika variationen kommer en allt större förvirring bland människor, och man får svårt att urskilja korrekt information från felaktig information (10).

Det finns mycket forskning som gjorts kring ätande och självbild hos barn och ungdomar, men inte lika omfattande forskning som behandlar vuxnas perspektiv. Det är viktigt att fortsätta utforska varifrån pressen kommer i de sociokulturella sammanhangen, så att människor blir medvetna och inte jämför sig med orealistiska förebilder. Det behöver introduceras nya ideal (3). Det finns studier kring dessa kropps- och kostföreställningar som behandlar media såsom TV, film, tidningar och liknande, men det saknas forskning kring de

nya medierna, däribland webbsidor. Dessutom finns ett tomrum vad gäller kvaliteten på kostinformation som publiceras på exempelvis kvällstidningarnas webbsidor, samt hur detta tas emot av läsarna.

2 SYFTE

Syftet med studien är att utforska synen på kvällstidningarnas webbpublicerade information gällande viktnedgång och ideal.

3 METOD

3.1 Urval och rekrytering

Urvalet gjordes genom att fråga efter deltagare via facebook och blogg, där facebookanvändare och bloggläsare själva fick anmäla sitt intresse för deltagande i studien (Bilaga 1). Inklusionskriterier var att man hade en önskan om att minska i vikt samt att regelbundet läsa om kostinformation på nätet. Antalet informanter blev fyra personer; tre kvinnor och en man. Önskvärt var att antalet deltagare skulle uppgå till mellan fyra och åtta, men efter att fyra personer intervjuats fanns det inte tid till vidare rekrytering. Två personer anmälde sig intresserade men exkluderades på grund av långt avstånd då en telefonintervju inte var önskvärt i första hand. Vidare exkluderades en person på grund av för nära relation till intervjuaren.

3.2 Datainsamling

Intervjuerna (fyra till antalet, ett tillfälle per deltagare) genomfördes ostrukturerade. En frågeguide utformades med tre öppna frågeteman: fakta/råd om viktnedgång på webben, synen på kroppen och känslomässig upplevelse av kostinformation gällande viktnedgång (Bilaga 2). Vidare visades skärmdumpar tagna från Sveriges två största kvällstidningars webbversion med artiklar om viktnedgång. Dessa togs under en och samma dag (12 april 2011) och var 21 till antalet (Bilaga 4-5). Detta gjordes för att ytterligare stimulera till en uttömmande intervju. Det gjordes inga modifieringar av intervjumetoden mellan tillfällena. Intervjuerna tog plats hemma hos varje informant, förutom vid ett tillfälle då den gjordes hemma hos intervjuaren. Intervjuerna blev mellan 50 minuter och cirka två timmar långa. De spelades in med hjälp av en diktafon och transkriberades sedan ordagrant.

3.3 Analys

Den transkriberade texten bearbetades och strukturerades enligt Graneheims och Lundmans analysmodell (11). Analysen går ut på att dela upp texten i meningsbärande enheter som förkortas och sedan döps till koder. Koderna jämförs baserat på likheter och skillnader och sorteras i kategorier (Bilaga 3).

3.4 Etiska aspekter

Informanterna garanterades full konfidentialitet och informerades om detta samt att deltagandet var frivilligt. De informerades vidare om vad studien handlade om och vad den skulle användas till. Ämnet vikt kan uppfattas som väldigt känsligt för en del, varför detta hanterades med stor försiktighet vid intervjutillfällena.

4 RESULTAT

Tre kvinnor och en man i åldern 25–35 år deltog i studien. För inklusion krävdes inte någon övervikt men istället en önskan att minska i vikt hos deltagaren. Dock föll det sig så att alla deltagare hade övervikt eller fetma.

4.1 Synen på kvällstidningarnas webbpublicerade information

I detta stycke behandlas synen på den information som finns på kvällstidningarnas webbsidor gällande trovärdighet.

4.1.1 Informationen på kvällstidningarna styrs av vad som säljer

Informanterna uppgav att de i allmänhet inte tror på informationen som ges i kvällstidningarna. Ord som användes för att beskriva innehållet i webbpublicerade artiklar var trams, påhitt, bluff, hets och töntigt. De ansåg att det enda syftet som finns bakom artiklar är att sälja sina produkter, få besökare till hemsidan och i slutänden tjäna pengar.

Dom skriver ihop en artikel och ska försöka få folk att läsa så att dom kan få in sponsorpengar. Det är inte en fråga om att presentera någon som helst sanning eller nånting utan det här handlar om att bara fånga folks intresse.

4.1.2 Informationen på kvällstidningarnas webbupplaga är underhållning

Några av informanterna besökte regelbundet kvällstidningarnas webbsidor trots att de ansåg att innehållet inte har hög sanningshalt, och de uttryckte det som att det var i underhållningssyfte som de sökte sig dit.

Det är det jag menar lite grann med Expressen och Aftonbladet och allting att, alltså det känns bara som att dom skriver saker bara för och fånga intresse. Att samma dag kan det stå en artikel om en sak och på andra sidan eller om man bara scrollar ner på nätet så kan det va en helt annan grej, man bara, ja jag vet inte. Det känns inte så där jätteseriöst. Men samtidigt så det är ju lätt och scrolla på aftonbladet och Expressen, alltså det, ja det är roligt skvaller på nåt sätt. Alltså det är ju som, det är ett nöje på nåt sätt.

4.1.3 Många olika budskap sänker medan yrkeskompetens höjer trovärdigheten

Dessutom upplevdes en förvirring då de menade att det ständigt kommer nya rön och metoder som ska få människor att gå ner i vikt, samt att olika artiklar som kunde publiceras samma dag hade motsägelsefull information, vilket enligt informanterna sänkte trovärdigheten. Däremot ansåg man att artiklar skrivna av dietister och andra professionella yrkesgrupper var tillförlitliga.

Läser jag typ på Expressen och såna här skvellersidor då litar jag inte på det. Därför jag tycker att alla skriver olika. Det är olika rön varenda dag och alltså med olika saker. Men däremot kan jag läsa om det är nån dietist eller nånting som skriver, då kan jag nog kanske tror på det så. Men är det bara nån journalist eller står det på förstasidan på Expressen ”ny bantningsmetod, gå ner fyra kilo på en vecka”, då litar jag inte på det.

4.2 Idealen styr informationen

Deltagarna ansåg att idealen som finns i samhället och som visas i kvällstidningarnas webbupplaga är förvridna och ohälsosamma. Idealerna upplevdes synas på kvällstidningarnas webbsidor genom att det där ligger mycket fokus på viktnedgång. Informanterna såg det som att man inte kommer undan kost- och träningsbudskap. De menade också att begrepp som hälsa och sundhet förvridits till att mest handla om smalhet och att forma kroppen.

4.2.1 Idealerna är svåra att nå upp till

De ideal som togs upp var att man ska ha en smal kropp och träna mycket, vilket informanterna ansåg sig inte kunna nå upp till. Detta tycktes leda till att de kände sig misslyckade, ledsna och arga, och de hade känslor av att inte bli accepterade och likvärdiga i samhället. De kvinnliga informanterna kände sig ofta uppgivna på grund av att de upplevde att de aldrig kan se ut som tjejer på bilder i tidningarna.

Jo, alltså dom idealerna som finns, dom ja, dom kommer jag ju aldrig uppnå. Så är det, så enkelt är det.

Mannen uppgav sig däremot vara opåverkad av idealerna om en smal eller vältränad kropp och ville enbart minska i vikt för hälsans skull.

4.2.2 Idealerna om en vältränad mage

Magen var något som återkom hos några som något man skäms över och försöker acceptera. Informanterna upplevde att det ligger stort fokus på hur magen ska se ut i kvällstidningar och i media; slimmad och vältränad.

Jag tror ju helt och fullt inte att jag kan träna bort min mage. Även om jag skulle liksom träna hur mycket som helst. För att det är den magen jag har och det är den magen jag har ärvt. Och istället för att då inte acceptera det och liksom gå emot det hela tiden och må dåligt över det, så att man hamnar i en sån här ond cykel, så tror ju jag på att det är bättre att man försöker acceptera den man är och försöka liksom tänka att man är värd nåt i alla fall. Och med dom här artiklarna så blir man inte det. Det är därför jag blir arg.

4.2.3 Utseende och livsstil styr ställningen i samhället

Trots att informanterna ansåg att dessa ideal är förvridna upplevdes det påfrestande att aldrig kunna uppnå det åtråvärda utseendet. Att man är mer värd som människa och får större acceptans i samhället om man tränar mycket var något som återkom hos informanterna. De menade att det finns en hysteri kring träning och att samhället upplevs uppdelat i två läger där de som tränar definierar sunda och hälsosamma personer, och där de som inte tränar helt enkelt bara är lata.

För vissa är det ju faktiskt så också, att dom har alltid varit intresserade av träning och tycker om och träna, dom tycker om att vara på gymmet. Och då är ju det deras guldskorn. Men dom blir ju alltid mer respekterade än dom som inte har den läggningen.

4.3 Viktminskningsmetoder

4.3.1 Low Carb High Fat (LCHF) och Glykemiskt Index (GI)

Metoder för viktminskning var något som togs upp spontant i alla intervjuer. Samtliga informanter pratade om kosthållningarna LCHF och GI, vilket man upplevde florerat mycket på webben. Uppfattningen var dels att man hade svårt att särskilja metoderna, och dels att man generellt inte trodde på dem i längden. Man menade att det inte bara handlar om att minska i vikt utan att också om må bra, vilket informanterna ansåg att dessa metoder inte kunde bidra till. De trodde att en kost där man ska äta mycket fett är ohälsosam för kroppen i allmänhet och hjärtat i synnerhet. Vidare ansåg de inte att förespråkarna för dieterna är trovärdiga på grund av att ”man bara hittar på”.

[...] ät LCHF, heter den det? Ja, du går ner si och så många kilo i veckan. Där tror jag också att det är liksom falsk marknadsföring som gör att människor inte mår bra. Och då kan jag också bli väldigt upprörd. För att alltså, om du äter mycket bacon och baconflott så rent biologiskt får du i dig väldigt högt, alltså hög andel av dåligt kolesterol. Vilket klabbar igen blodkärlen i hjärtat. Vilket gör att du får högt blodtryck och det leder till, alltså det leder ju bara till att kroppen försämras. Och då blir jag irriterad att det ska va så himla bra bara för att man går ner i vikt.

4.3.2 Tallriksmodellen och Livsmedelsverket

Däremot pratade samtliga informanter om tallriksmodellen som något sunt och effektivt för viktnedgång och hälsa. Frukt, grönsaker och motion betraktas som det som gör skillnaden vid viktnedgång. Man uppgav Livsmedelsverket och dietister som trovärdiga. Informanterna lutade sig mycket på egna kunskaper för att avväga trovärdighet hos olika metoder.

Livsmedelsverkets rekommendationer skulle jag nog tycka var pålitliga i och med att det ligger mer, dom är seriösare liksom, det har varit samma och dom ändrar inte och säger idag att idag ska vi äta GI och imorgon ska vi äta bara levande mat och imorgon, dagen därpå ska vi bara äta okokt mat utan det har varit samma extremt länge.

4.3.3 Snabba viktminskningsmetoder

Samtidigt lockade de snabba metoderna för de kvinnliga deltagarna. De betraktade snabba resultat som önskvärt – ”det tar tid om man inte snabbantar” – men uppgav samtidigt att det inte är hälsosamt för kroppen med snabb minskning och extrema dieter.

Det är klart man vill ju gå ner snabbt och man vill ju förlora många kilon och så här, men när jag väl sitter där och läser så tänker jag att, neej, det här kommer jag inte vilja göra för det är ju också att misshandla sin kropp, att snabbt bara gå ner och svälta sig mer eller mindre och så sen så, nån gång så vill du ju börja äta som vanligt då kommer du gå upp i alla fall. Då är det ju inte så roligt längre.

Mannen ansåg att kvinnor lockas lättare av att det ska gå snabbt, och de kvinnliga informanterna uppgav oro för att kvinnor i deras omgivning är desperata efter resultat. Informanterna var, trots en stark önskan om att gå ner i vikt, uppgivna inför att faktiskt göra det och såg det som något de inte var tillräckligt motiverade för inom den närmsta framtiden.

Alltså för jag vet ju att jag har ju gått i vikt till exempel sen i fjol har jag gått upp fem sex kilo och det är jag fullt medveten om. Men jag försöker som ignorera det. Jag orkar inte ta itu med det.

Men förut så kunde jag ändå bli ganska peppad som sagt var, då kunde jag va så här men åh nu går jag ut och tar en promenad, eller nu gör jag några situps eller vad det nu kan vara. Men så gör jag inte längre. Det känns bara som att det har gått för långt. Det känns som att jag bara, nej men jag är så fet ändå så det spelar ingen roll vad jag gör.

4.3.4 Omgivningen köper budskapet

Informanterna upplevde det som att omgivningen ”går på” budskapet och inte kan särskilja vad som är sant och vad som är påhitt. Detta motiverades med att människan söker snabba och lätta lösningar och att man inte är beredd att jobba hårt för att nå exempelvis en viktminskning. Vidare kände de att människor gärna vill vara insatta och ”pröva allt” för att känna ett värde i samhället, där det är ”inne” med dieter. Den manliga informanten ansåg att kvinnor har lättare att ta till sig kostinformation än män.

Vårt snabba samhälle, där allting ska gå så fort och, ja i grund och botten är det människans lathet. Om människan idag sa att med det här pillret kan du gå ner i vikt och få jättebra kondition utan och lyfta ett finger så skulle ju alla människor, eller i alla fall dom flesta människor skulle falla för det och ta det med eller utan bieffekter.

5 DISKUSSION

5.1 Metoddiskussion

Urvalet gjordes baserat på två kriterier. Önskvärt var att deltagarna ville minska i vikt, vilket var betydelsefullt eftersom det ger ett djup till upplevelsen av information gällande viktminskning. Därutöver skulle deltagarna regelbundet besöka internet som källa för denna information. Detta var väsentligt för att kunna reflektera över sin egen syn på det man läste om på internet. Tre personer exkluderades, vilkas deltagande hade gjort hela processen med intervju, analys och diskussion mer komplicerad. Det var svårt att få deltagare och när de fyra intervjuerna var genomförda fanns det för lite tid att fortsätta rekryteringen, vilket gjorde att antalet blev så få. Antalet deltagare är en svaghet i denna studie och det hade varit önskvärt att ha fler. Vidare hade det varit fördelaktigt att ha lika många män som kvinnor eftersom tidigare forskning visat en skillnad mellan män och kvinnor vad gäller påverkan från media. Rekryteringen gjordes via en privat facebook sida och blogg. Tanken var att detta skulle spridas vidare, vilket det även gjorde på ett fåtal andra privata facebook sidor. Begränsningen i denna metod gjorde att rekryteringen blev svår och det hade förmodligen varit fördelaktigt att använda ett större forum för annonseringen.

Deltagarna informerades om att deras intervjuer skulle användas till en C-uppsats inom ämnet kostvetenskap. Dessutom kände de till lite om intervjuarens bakgrund och sysselsättning, vilken kan ha påverkat intervjuerna. Det finns även en möjlighet att intervjuaren haft en inverkan på vad deltagarna tagit upp då denne inte har någon vana att leda kvalitativa intervjuer. För att få så uppriktiga svar som möjligt påpekades det att det var viktigt att informanterna uppgav hur de upplevde ämnet och inte skulle tänka på vad de förväntades

säga. Vid två av intervjutillfällena var miljön inte ostörd vilket ledde till avbrott. Detta var onekligen ej optimalt men hade troligtvis inte så stor inverkan på informationen som gavs i dessa fall. Vidare påverkade säkerligen metoden att visa bilder från kvällstidningarnas webbupplaga informanterna.

Vid analys av texten finns möjligheten att egna tolkningar inte stämmer överens med den egentliga meningen. Genom att använda Graneheims metod för analys och bearbetning kan risken för att blanda in egna värderingar ha minskats.

5.2 Resultatdiskussion

Trots att deltagarna i denna studie kallade kvällstidningarnas webbartiklar för bland annat bluff och påhitt fanns det ett underhållningsvärde i att besöka sidorna och läsa innehållet. Anledningen till detta kanske kan vara att det finns brist på sidor med bra information, eller snarare att dessa sidor är svåra att hitta, vilket är en av svårigheterna med internetbaserad kostinformation (8). Man tar till det som är närmast till hands, vilket för många kanske är kvällstidningarnas webbupplagor. Samtidigt finns det där ett underhållningsvärde som kan vara svårt att finna på andra faktabaserade sidor.

Det kan också vara problematiskt att skapa debatt kring forskning och information gällande viktminskning utan att det upplevs förvirrande för befolkningen. Media har en viktig roll när det gäller att förmedla de kunskaper allmänheten behöver för att ta ställning till olika problem (8), men samtidigt får den enskilde individen sällan hela bilden när det gäller forskning, utan snarare en förkortad och förenklad version av den. Det är angeläget att all kostinformation är korrekt – om än förenklad – och kvällstidningarna behöver se över den information de publicerar eftersom det är orimligt att information måste vara inkorrekt för att det ska sälja. Utöver dessa sidor finns enligt ADA oändligt många portaler, bloggar och informationssidor som förmedlar kostinformation och det finns både bra, sunda och vetenskapligt baserad information och information som inte grundar sig i vetenskapen. En enskild persons åsikt kan spridas via chatter, bloggar och forum (10). Att yngre människor, som enligt Statistiska centralbyrån är den grupp som använder internet mest (9), läser och tar till sig information som är felaktig är vidare något som samhället behöver ta akt på. Unga individer har kanske inte förmågan att urskilja vad som är tillförlitligt och om de dessutom är påverkade av idealen där man ska se ut på ett visst sätt finns risken att de tar till sig informationen och använder sig av extrema metoder för att nå dit. Frågan är vad som händer när bloggar blir stora och börjar ge kostråd till tusentals läsare.

Denna studie visade att dagens ideal gällande utseende upplevdes vara svåra att nå och uppfattades dessutom påverka de kostbudskap som publiceras på internet. En vältränad mage uppfattades som en symbol för hälsa vilket kan sägas demonstrera att hälsa idag till största delen handlar om utsidan av kroppen. Det viktiga tycks vara att man ska vara smal, medan problematik kring hjärtat och andra organ kommer sekundärt. Kroppsidealen avgör mycket var man står i samhället och man värderas baserat på sitt utseende, vilket även tagits upp tidigare i andra studier (3, 5) – man jämför sin egen kropp med den ideala kroppen och många känner skam och ångest för att inte se ut så (5). Bilder som används i tidningar och andra media sätter en standard för skönhet som anses vara äkta och normal, men som är svår att nå upp till (7). Denna studie visade även att snabba viktminskningsmetoder lockar i samhället och för individen. Deltagaren visste att det är ohälsosamt men ändå var de beredda att göra det för att idealet om en smal kropp är så pass betydelsefullt – något som också visats i tidigare

forskning (6). Malterud nämnde att smalhet ofta förknippas med lycka och framgång medan överviktiga är odisciplinerade och giriga (2).

De ideal som råder kan enligt min egen teori vara en konsekvens av medvetenheten kring överviktsproblematiken och dess relaterade sjukdomar. Media av olika slag har länge fokuserat på att rapportera om denna problematik och att styra befolkningen i den smala och mer hälsosamma riktningen – men i enlighet med den norska studien (2) har det gått för långt. Enligt min mening har media, och i synnerhet den lättillgängliga internetbaserade informationen, en skyldighet att styra om idealen till en medelväg som varken är överviktig eller underviktig.

Denna studie visade att många olika rön och artiklar som motsäger varandra upplevdes som förvirrande. Det är inne med dieter och det talas mycket om just så kallade fettdieter. Informanterna hade svårt att särskilja LCHF och GI och det kan tänkas att detta kan överföras på en del av det svenska folket. Viktiga fakta kanske inte når fram till allmänheten, vilket kan leda till stor ohälsa trots lyckad viktnedgång. Tallriksmodellen, vilket är Livsmedelsverkets modell, ansågs vara det hälsosamma sättet att minska i vikt på. Dock har det visats i andra undersökningar att det endast är en liten del av befolkningen som faktiskt följer Livsmedelsverkets rekommendationer (12). Man ansåg vidare att bland annat dietister var tillförlitliga. Frågan är vad som händer när dietister, läkare och andra professioner marknadsför ”trendiga” och möjligtvis ohälsosamma dieter. Det kan lätt bli vilseledande om någon som ska vara expert ställer sig bakom en osund kosthållning.

Resultaten i denna studie visade att tillförlitligheten och trovärdigheten var låg vad gäller information om viktnedgång som publiceras på kvällstidningarnas webbsidor, men man hade samtidigt inställningen att omgivningen tog till sig budskapet. Man uppfattade alltså att andra är mer påverkbara än de själva och att man har mer motståndskraft mot medias inflytande än vad andra människor har. Detta kan beskrivas som ett så kallat ”tredjepersonsperspektiv” (third-person perspective), vilket studerats i tidigare undersökningar. Man fann då att det inte fanns någon signifikant association mellan en kvinnas uppfattning av medias effekter på sina vänner och hennes egen vilja att gå ner i vikt. Däremot fanns tendenser som visade att om kvinnan och hennes vänner var lika mycket influerade, ökade hennes vilja att minska i vikt (6). Det kan tänkas att den brist på motivation som informanterna i denna studie kände inför att minska i vikt är en konsekvens av deras egen uppfattning av att deras omgivning är mer påverkad av idealen i media än de själva.

Det finns många studier som behandlar kvinnor och media, men få som tar upp problematiken för män. Det skulle vara intressant att veta om det verkligen är främst kvinnor som påverkas, och vad anledningen till det är.

6 SLUTSATS

Denna studie har indikerat att idealen som upplevs råda i samhället vad gäller utseende kan leda till känslor av misslyckande hos de som upplever sig inte kan nå upp till dem. Vad som är tillförlitligt är inte helt självklart och en viss förvirring uppfattas råda bland människor vad gäller råd om viktnedgång.

7 TACK

Jag vill rikta ett stort tack till deltagarna för deras tid, uppmärksamhet och engagemang. Vidare vill jag tacka Petra Liuski för korrekturläsning.

8 REFERENSER

1. Socialstyrelsen. Folkhälsorapport 2009. Västerås: Edita Västra Aros, 2009. ISBN: 978-91-978065-8-9. Tillgänglig från:
http://www.socialstyrelsen.se/Lists/Artikelkatalog/Attachments/8495/2009-126-71_200912671.pdf
2. Malterud K, Ulriksen K. "Norwegians fear fatness more than anything else"—A qualitative study of normative newspaper messages on obesity and health. *Patient Educ Couns.* 2010;81(1):47-52.
3. Esnaola I, Rodríguez A, Goñi A. Body dissatisfaction and perceived sociocultural pressures: gender and age differences. *Salud Ment.* 2010;33:21-29.
4. Sung-Yeon P. The Influence of Presumed Media Influence on Women's Desire to Be Thin. *Communic Res.* 2005;32(5):594-614.
5. Barlett C, Vowels C, Saucier D. Meta-Analyses of the Effects of Media Images on Men's Body-image Concerns. *J Soc Clin Psychol.* 2008;27(3):279-310.
6. Chia S. Third-person perceptions about idealized body image and weight-loss behavior. *Journal Mass Commun Q.* 2007;84(4):677-94.
7. López-Guimerà G, Levine M, Sánchez-carracedo D, Fauquet J. Influence of Mass Media on Body Image and Eating Disordered Attitudes and Behaviors in Females: A Review of Effects and Processes. *Media Psychol.* 2010;13(4):387-416.
8. Jarlbro G, Hälsokommunikation – en introduktion. 3 uppl. Lund: Studentlitteratur, 2010.
9. Statistiska centralbyrån. Privatpersoners användning av datorer och Internet 2010. Stockholm: SCB, enheten för investeringar, FoU och IT, 2011. ISBN: 978-91-618-1534-0. Tillgänglig från:
http://www.scb.se/statistik/_publikationer/LE0108_2010A01_BR_IT01BR1101.pdf
10. American Dietetic Association. Position of the American Dietetic Association: Food and Nutrition Misinformation. *J Am Diet Assoc.* 2006;106(4):601-7.
11. Graneheim UH, Lundman B. Qualitative content analysis in nursing research: concepts, procedures and measures to achieve trustworthiness. *Nurse Educ Today.* 2004;24:105-12.
12. Becker W. Indikationer för bra matvanor – resultat från intervjuundersökningar 2008. Livsmedelsverket, 2009. Rapportserie nr 22/2009. Tillgänglig från:
http://www.slv.se/upload/dokument/rapporter/mat_naring/2009/2009_livsmedelsverket_2_2_indikatorer_bra_matvanor.pdf

Bilaga 1

Rekrytering via blogg.

Efterlysning till studie!

Postat den 2011-04-10 av [Johanna](#)

Jag skriver C-uppsats och ska göra kvalitativa intervjuer. Därför behöver jag deltagare att intervjua! Det kommer ta en timme ungefär, och det enda jag kommer fråga om är deltagarens egna upplevelser och tankar kring massmedia.

Det jag behöver är personer som:

- Anser sig behöva minska i vikt (oavsett hur mycket)
- Regelbundet läser nyheter om hälsa och vikt på nätet

Om du känner igen dig och vill vara med – eller om du vet någon som skulle vara intresserad – **snälla** hör av dig till mig (mailadress finns till höger i menyn). Jag finns i Umeå med omnejd. *Jag behöver göra intervjuerna så fort som möjligt!*

Rekrytering via Facebook.



Johanna Arogén

Hjälp önskas!

Jag behöver deltagare till min studie för C-uppsatsen. Kriterier är: 1. Man ska ha en önskan om att minska i vikt, och 2. Man brukar regelbundet läsa webbpublicerad kostinformation om viktnedgång. Det sker i form av intervju under ca en timme.

Känner du någon som är intresserad, kontakta mig på johanna.arogen@gmail.com eller här på fb. Sprid gärna vidare! Tack på förhand!

April 7 at 7:56pm · · Like · Comment

Bilaga 2

Frågeguide

Syftet med studien är att utforska hur man upplever och hanterar webbpublicerad kostinformation gällande viktnedgång.

Teman:

- ✓ Fakta/råd om viktnedgång
- ✓ Synen på kroppen
- ✓ Känslomässig upplevelse av kostinformation gällande viktnedgång

Start:

Jag ska alltså skriva en c-uppsats om media och viktbudskap. Jag vill helt enkelt bara hör hur du ser på det. Vi börjar med att göra intervjun enligt de teman jag har, och sedan kan vi prata om annat eller om du har frågor så kan du ställa dem på slutet.

Frågor:

- Kan du berätta för mig om de **kostråd om viktnedgång** du brukar läsa om på olika platser på webben?
- Hur **tänker du** kring det du läser? (Vad tycker informanten om informationen?)
 - Tillförlitlighet?
- Vad är det som gör att du **söker** denna information?
- Hur tror du att det **påverkar** dig? Andra? (Känslor, synen på kroppen etc)

VISA BILDERNA

Att tänka på:

- ♥ Ingrip när det behövs
- ♥ Var passiv men aktiv som lyssnare
- ♥ Var empatisk, engagerad och opartisk
- ♥ Var inte någon expert!
- ♥ Inte instämma för mycket

Avslut:

Har du något mer du vill säga som vi inte tagit upp?

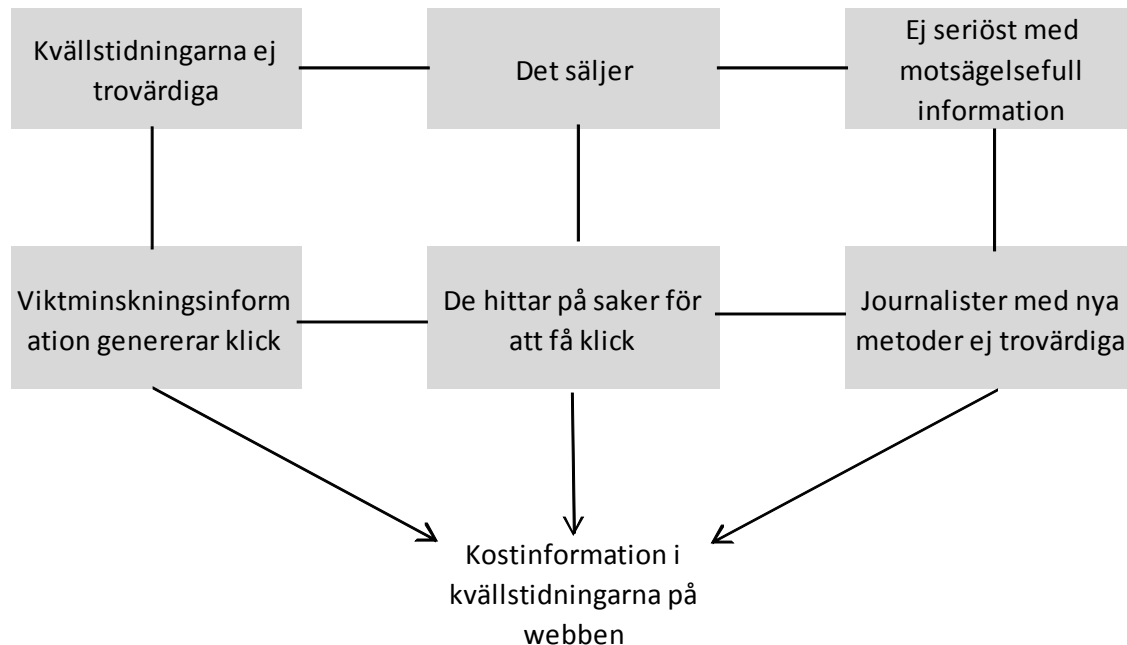
Då tror jag vi är klara. Tack så mycket!

Bilaga 3

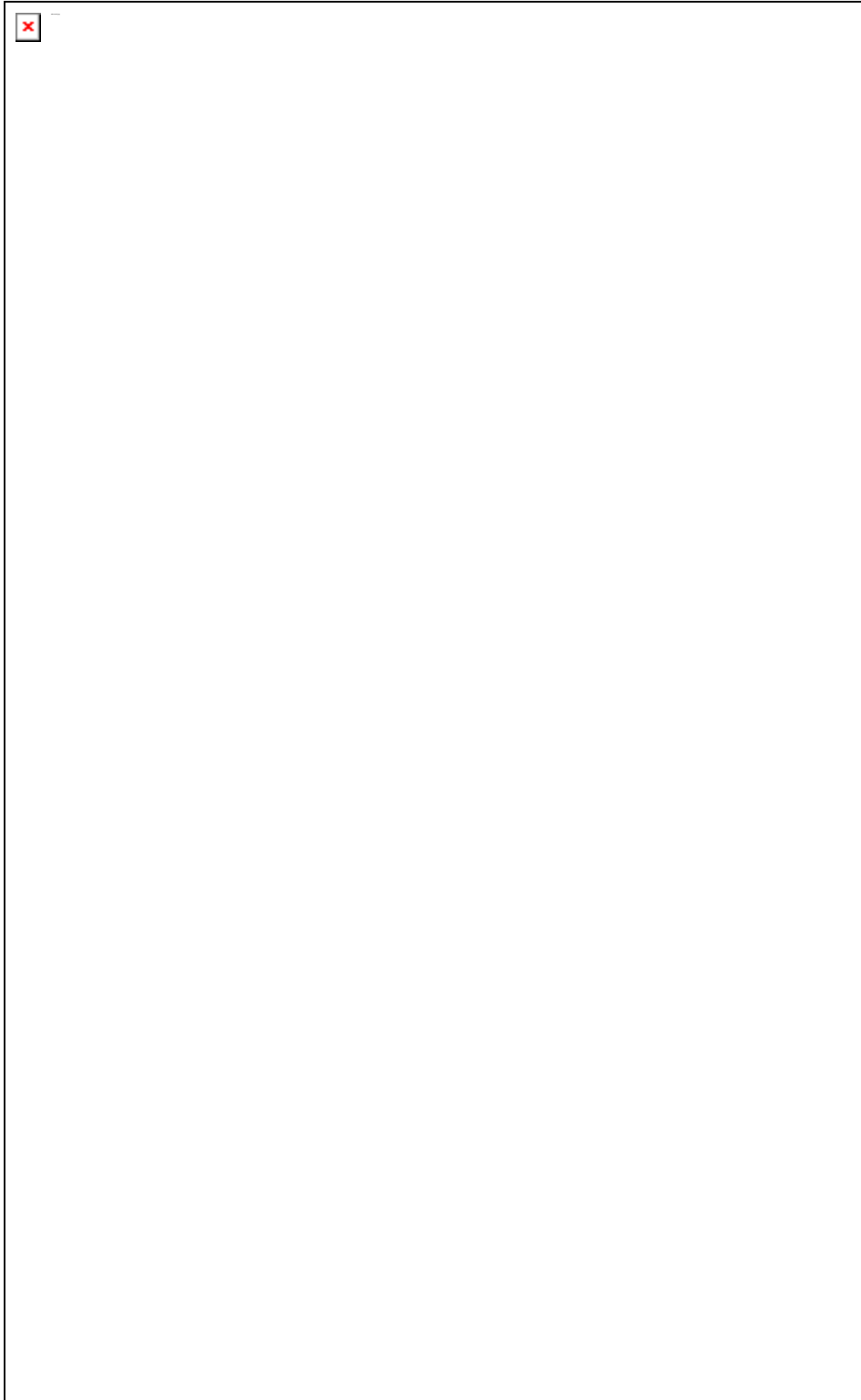
Exempel på meningsbärande enheter som blir koder.

Meningsbärande enhet	Kondenserad meningsbärande enhet	Koder
För vi behöver ju kolhydrater för att kunna ladda reserverna. Och att det då liksom behövs mer för att kunna liksom jämna ut den där balansen. Och att man egentligen kör slut på kroppen trots att man går ner i vikt. Men bryr man sig bara om och gå ner i vikt, då är det ju bra.	Vi behöver kolhydrater och kör slut på kroppens reserver om man inte äter dem Man bryr sig bara om att gå ner i vikt	Kroppen behöver kolhydrater Fokus på viktnedgång

Exempel på en samling koder som blir kategorier.



Exempel på bild från Expressen, 12 april 2011



Exempel på bild från Aftonbladet, 12 april 2011

Du kan bli tjock – av att ha varmt inne

Hög inomhustemperatur sänker förbränningen

Allt högre inomhustemperaturer kan vara en av orsakerna till att fler och fler drabbas av övervikt.

Det menar en grupp forskare i en ny studie.

– Sänkt rumstemperaturen så kan du gå ner i vikt fortare, skriver de i en artikel i den medicinska tidskriften *Obesity Reviews* rapporterar *Dagens Medicin*.

Vargavinter ute – då vill vi såklart ha det varmt och mysigt inne.

Men att höja inomhustemperaturen kan ge en del oönskade konsekvenser. Förutom att elräkningen kan skjutas i höjden så kan det även leda till att du går upp i vikt.

Enligt forskare vid bland annat University collage i London så skulle höga inomhustemperaturer kunna vara en bidragande orsak till det allt större problemet med fetma i västvärlden.

Forskarna menar att det finns ett samband mellan att vi har det allt varmare inomhus och dessutom blir allt fetare.

Bo kallt – tappa kilon

Anledningen skulle vara att kroppen egen termostat sätts ur funktion när vi tillbringar mycket tid i värme.

I en artikel i den medicinska tidskriften *Obesity Reviews* skriver forskarna om sin teori.

De slår bland annat fast att energiförbrukningen ökar när vi utsätts för kyla och minskar när vi är i ett varmare klimat.

– Genom att sänka rumstemperaturen du kan öka hastigheten på din viktnedgång, säger doktor Fiona Johnson på Oxford som är en av de forskare som lett studien.

Läkare skeptiska

Forskarna skriver också att den bruna fettvävnaden, som spelar en stor roll för kroppens förmåga att omvandla fett till värme, skulle kunna tillbakabildas när man vistas i varma temperaturer. Vilket då skulle leda till sämre energiförbränning.

Fiona Johnson och resten av forskarteamet efterlyser nu fler studier i ämnet.

Flera överviktsläkare ställer sig dock skeptiska till de nya resultaten och menar att de inte är särskilt revolutionerande.

– De här teorierna om temperaturens betydelse dyker upp med jämna mellanrum. Men jag tror att det kan betraktas som akademiskt finlir, kanske av intresse för utveckling av läkemedel på lång sikt. Jag tror inte att den här forskningen har någon praktisk betydelse för våra patienter eller att den kan förklara fetmaepidemin i västvärlden. Det vi äter har så oerhört mycket större effekt på vikten. Det är det vi måste försöka ändra, säger Signy Reynisdóttir som är överläkare vid överviktscentrum på Norrtulls sjukhus i Stockholm till *Dagens Medicin*.



Fakta:

- Brunt fett är en typ av fettvävnad vars främsta funktion i kroppen är att producera värme.
- Brunt fett har fått sitt namn av att det ser brunt ut till skillnad från det vanliga vita fett. Det innehåller fler blodkärl och mitokondrier än vit fettvävnad.
- Det vita fettet lagrar energi och det bruna fettet bränner energi.
- Tidigare har man trott att det bruna fettet främst finns hos nyfödda barn, men ny forskning visar att även vuxna har den här typen av fettvävnad.
- Brunt fett kan skydda mot fetma och har betydelse för ämnesomsättningen hos vuxna.

Blogga om artikeln

Länka till artikeln från ditt blogginlägg - kopiera den här adressen:

<http://www.aftonbladet.se/kropphalsa/ar>

För att komma med i listningen här behöver du också ha presenterat din blogg på Bloggportalen [Läs mer här!](#)

Aftonbladet.se ansvarar inte för det som står i bloggarna.

Lina Thorén

ugnsmat: Dietistens lättlagade tips.

► Kropp & hälsa

2011 TJEJKLASSIKERN med Mina & Katta.

Gissa vår totaltid och vinn!

► Kolla in Mina och Kattas klassikerblogg **Fyra lopp på 12 månader** – så tränar de för att fixa det.

► Mat och vin

TASTELINE Vit mat för blekta tänder! Dietistens vita recept och tips.

► Bil

Ny lyxbil funnen i brittisk ladugård Skrothögen är värd ...

► Bil

Så bra är nya Saaben Aftonbladets bilexper Robert ...

► SEB ANNONS

► Mat och vin

► EU delar ut 4000 miljarder kronor Så här gör du för att få dem.

► Kropp & hälsa

halsa-bloggen

► Bakom kulisserna: Så har vi det på redaktionen Kolla bloggen.

► NordicBet ANNONS

► Vann 213 miljoner – blåstes & dumpades av

allergisk mot solkräm? Maila oss!

► Kropp & hälsa

► Kropp & hälsa

► Så fixar du superkroppen Ta din träning till nästa nivå

► Nöjesbladet

► Plastikkirurgin som gick snett Hollywoodstjärnorna om ...

► Klick!

Ulrika om dotterns svåra sjukdom Tänker inte skaffa fler ...

► Mat och vin

TASTELINE Åt dig snygg: Hudterapeuten: Maten som föryngrar huden.

► Mat och vin

TASTELINE Bästa TV-maten! Dietisten har valt ut 9 sunda recept.

► Kropp & hälsa

► Babisar blir tjocka för tidigt Fel matvanor

bilar i USA" Nya modeller Saabs hopp

► BIL

I sann Saab-anda Både miljöklassad och urstark ...

► PRYL

Då släpper Apple nya iPhone "Förvänta mig helt ny ...

► NÖJESBLADET

"Twilight"-stjärnan, 24, vill ha milfs Besatt av äldre ...

► PRYL

Höstens hetaste kameranyheter 5 vassa ...

► NÖJESBLADET

Läsarna: Plagiat, Saade! Aftonbladets läsare eniga:

► KROPP & HÄLSA

"Jag var alltid den tjocka tjejen" Marie lyckades gå ner ...