



GÖTEBORGS UNIVERSITET
INST FÖR KOST- OCH IDROTTSVETENSKAP

Bli hälsosam och smal och passa in i dagens medieideal

- **En diskursanalys av ett träningsmagasin**

Anna Bengtsson & Isabelle Lindgren

Rapportnummer:	VT13-80
Uppsats/Examensarbete:	15 hp
Program/kurs:	Hälsopromotionsprogrammet inriktning idrottsvetenskap
Nivå:	Grundnivå
Termin/år:	VT 2013
Handledare:	Karin Grahn
Examinator:	Eva Carin Lindgren



GÖTEBORGS UNIVERSITET
INST FÖR KOST- OCH IDROTTSVETENSKAP

Rapportnummer:	VT13-80
Titel:	Bli hälsosam och smal och passa in i dagens medieideal – En diskursanalys av ett träningsmagasin
Författare:	Anna Bengtsson & Isabelle Lindgren
Uppsats/Examensarbete:	15 hp
Program/kurs:	Hälsopromotionsprogrammet inriktning idrottsvetenskap
Nivå:	Grundnivå
Handledare:	Karin Grahn
Examinator:	Eva Carin Lindgren
Antal sidor:	34 exklusive bilaga
Termin/år:	VT 2013
Nyckelord:	Diskursanalys, magasin, media, träning

Sammanfattning

Massmedia har en stor roll i dagens förmedling av hälsobudskap och är ett organ som når ut till en stor population. Många av de hälsobudskap som presenteras handlar om träning och fysisk aktivitet och genom medias sätt att framställa detta skapas ideal och normer inom ämnet. Vi anser det därför vara viktigt att undersöka hur träning framställs i ett träningsmagasin. Syftet med studien är att beskriva och analysera hur texter om träning framställs utifrån diskurser och hur budskap framställs i träningsartiklar ur ett träningsmagasin. För att göra detta tillämpades socialkonstruktivistisk teori och kritisk diskursanalys. Till analysen valdes tio nummer av magasinet Hälsa & Fitness och studien begränsades till två särskilda avsnitt som handlar om just träning. Efter kategorisering av artiklarna valdes två kategorier ut för närmare analys där två diskurser kunde utläsas. De två diskurserna valdes att kallas utseendediskursen och hälsodiskursen. Resultatet visar att diskurserna till stor del använder samma strategi i skapandet av deras verklighet gällande träning. I utseendediskursen skapas en verklighet där träning bör ske till förmån för det yttre, alltså utseendet. Hälsodiskursen skapar en annan verklighet där träning går ut på att träna för att förbättra eller bibehålla sin hälsa. Det är viktigt att fortsätta och utveckla forskningen angående hur media utformar sina budskap för att påverka individen, för att på så sätt kunna påverka och eliminera hur dagens ideal och normer ser ut.

Innehållsförteckning

Inledning	4
Syfte	5
Frågeställningar	5
Bakgrund	6
Begreppsförklaringar	6
Kommunikationsprocessen	7
Hälsa i media	8
Tidigare forskning	9
Teori	10
Metod	14
Urval & design	14
Datainsamling	14
Analys	16
Etiska ställningstaganden	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Resultat	18
Utseendediskurs	18
Hälsodiskurs	21
Samverkande ord i de två diskurserna	23
Vetenskaplig förankring	24
Sammanfattning	25
Diskussion	26
Metoddiskussion	26
Resultatdiskussion	27
Slutsatser	30
Referenser	31
Bilaga	34

Förord

Vi vill tacka vår handledare Karin Grahn för hjälpen Karin har bidragit med i den här uppsatsen. Det har varit av stor vikt att kunna bolla idéer och frågor angående de svårigheter och hinder vi stött på under arbetets gång.

Arbetsuppgift	Procent utfört av Isabelle/Anna
Planering av studien	50/50
Litteratursökning	50/50
Datainsamling	50/50
Analys	50/50
Skrivande	50/50
Layout	50/50

Inledning

Den här studien handlar om att problematisera och analysera ett magasins betydelse i förmedling av träningsbudskap. Massmedia har en stor roll i förmedlingen av dagens hälsobudskap och genom massmedia är det möjligt att nå ut till en bred population med väldefinierade budskap (Wakefield, Loken & Hornik, 2010).

Det märks tydligt att hälsa får en allt större roll i massmedia. Det finns fler och fler specialinriktade tidningar om hälsa och dagstidningarna har hälsospalter eller hälsobilagor (Sandberg, 2004). Även Kennedy och Pappa (2011) menar att en av medieindustrins vitala delar är träning och fitness. Enligt Beck och Fandrich (2012) lyssnar individen hellre på massmedia gällande hälsobudskap än vårdgivare. De nämner även att alla olika hälsobudskap som massmedia förmedlar kan ge upphov till osäkerhet hos individen. Många av de hälsobudskap som presenteras handlar om träning och fysisk aktivitet. Som hälsovetare är det viktigt att känna till att media lätt kan påverka individer samt att veta hur massmedia använder språket för att skapa träningsbudskap.

Regelbunden fysisk aktivitet är en viktig komponent till en hälsosam livsstil och genom fysisk aktivitet kan risken för många livshotande sjukdomar minskas (Livsmedelsverket, 2013). Därför är det viktigt att granska hur språket kan användas för att förmedla information om fysisk aktivitet och träning. Med hjälp av språket kan media påverka individen att skapa en önskad uppfattning, på både gott och ont. Tidigare forskning har visat på hur media reflekterar och även konstruerar kvinnors sociala verklighet (Kennedy et al, 2011). Kvinnor har en enorm press på sig att se bra ut (Eskes, Duncan & Miller, 1998). En stor anledning till att kvinnor vill vara smala och vältränade är för att få bekräftelse. Det är i dagsläget vanligt att kvinnor tränar för deras yttre och att se bra ut snarare än den totala fysiska hälsan. Vi anser det därför viktigt att genom en diskursanalys analysera hur media använder språket i sin kommunikation för att influera individen.

Syfte

Syftet med studien är att problematisera och analysera hur texter om träning framställs utifrån diskurser och hur budskap framställs i träningsartiklar ur ett träningsmagasin.

Frågeställningar

- Hur framställs träning och dess syfte utifrån olika diskurser?
- Hur används språket för att nå fram till läsarna?
- Används olika språk beroende på diskurs?
- Hur används bilder för att förstärka det som förmedlas i texter?

Bakgrund

I den här delen av uppsatsen kommer tidigare forskning inom ämnet presenteras för att skapa en uppfattning om vilken forskning som finns i dag och för att åskådliggöra vad som kan ses som bristande. Begrepp som är relevanta för studien kommer tydliggöras för att generera en gemensam förståelse för begreppen.

Begreppsförklaringar

Träning

Träning är ett brett begrepp som innefattar allt från barnets motoriska lek till elitidrottarnas träning (Nationalencyklopedin, 2013d). Träning inom idrotten är en aktivitet som har till syfte att förbättra den fysiska prestationsförmågan av den träningsform som utförs. Träningsformen kan vara fysisk träning som konditionsträning, styrketräning, koordinationsträning och rörlighetsträning, men även mental träning. Att utföra en allsidig träning medför positiva effekter vilket är en viktig del av friskvården. Allsidig träning leder till minskad risk för hjärt- och kärlsjukdomar, samt minskad risk för belastningsskador i rörelseapparaten. Det medför även att många andra riks faktorer av inaktivitetsrelaterade sjukdomar reduceras.

Massmedia, media och magasin

Media är en del i massmedia vilket används för att sprida information till människor (Nationalencyklopedin, 2013c). Det här kan göras via olika medium så som TV, radio, tidningar, internet och böcker. Genom massmedia kan informationen sändas till många människor samtidigt. Massmedia har två huvudfunktioner. Det ena är att informera om exempelvis nyheter via radio eller TV. Den andra viktiga uppgiften som massmedia har är att underhålla, vilket lätt görs via filmer eller tidningar. Magasin är en typ av tidning där innehållet kan vara mycket varierande (Nationalencyklopedin, 2013b). Det används vanligen för att beskriva tidningar som har ett speciellt glansigt papper.

Hälsa

Hälsa är ett begrepp som är svårt att definiera, det har en betydelse som är avsevärt bredare än att innebörden skulle vara avsaknad av sjukdom (Nationalencyklopedin, 2013a). Där med saknas det en allmänt omfattande definition av begreppet. World Health Organization (WHO) har en definition av hälsa enligt följande: *“Health is a state of complete physical, mental and social well-being and not merely the absence of disease or infirmity”* (World Health Organization, 2013). Det här är en definition som används vid flera samhällsorgan, Statens folkhälsoinstitut (2013) är en myndighet som använder sig av bland andra denna definition. Men hälsa är inte så enkelt att definiera, det finns många aspekter att ta hänsyn till och detta problematiserar Brülde och Tengland (2003) kring. Hälsa innefattar väldigt mycket, både den somatiska och den psykiska hälsan, men även den manifesta hälsan som kan variera från dag till dag beroende på exempelvis förkylningar och andra tillfälliga symptom. De problematiserar även kring att det bör finnas olika nivåer och avgränsningar. Brülde och

Tengland tar fram sex olika definitioner av termen hälsa, de är: hälsa som klinisk status, hälsa som funktionsförmåga, hälsa som välbefinnande, hälsa som balans, fenomenologiska uppfattningar om hälsa samt olika pluralistiska teorier om hälsa. Precis som Brülde och Tengland, resonerar även Medin och Alexandersson (2000) om att dela upp definitionen av hälsa i olika delar. Det är svårt att göra en definition av hälsa och det är också därför det finns så många olika. De indelningar som Medin och Alexandersson väljer att ta upp utifrån deras litteraturstudie är Biomedicinska och Humanistiska definitioner. De definitioner som definierar hälsa med hjälp av ett synsätt att hälsa är frånvaro av sjukdom hamnar inom den biomedicinska avgränsningen. Här är det sjukdom i stället för hälsa som står i fokus. I den humanistiska avgränsningen ses hälsa som något mer än frånvaro av sjukdom. Här är det även ofta hälsa som är utgångspunkten och inte sjukdom.

Utifrån att ha tagit del av en hel del litteratur som problematiserar kring begreppet hälsa och dess definition kommer vi utgå ifrån att hälsa är ett tillstånd av välbefinnande på både fysisk och psykisk nivå.

Kommunikationsprocessen

Kommunikation innebär att individer meddelar eller delar med sig av något genom till exempel tal eller skrift (Nilsson & Waldemarson, 2007). Kommunikationen ger individen möjlighet att möta andra människor, men även att möta sig själv och det här är en utvecklande och lärande process för individen. Hälsokommunikation är en del av kommunikationen där fokus ligger på att studera mänsklig kommunikation som handlar om hälsorelaterade frågor och hälsorelaterade ämnen (Sandberg, 2004). Hälsokommunikationen verkar i flera olika informationsvägar som kan vara ansikte mot ansikte men även genom massmedia till den enskilda individen.

För att sprida information och kunskap genom hälsokommunikation är det viktigt att använda sig av olika kommunikationsstrategier för att nå fram till individen med budskapet (Jarlbro, 2010). I kommunikationen finns det alltid en *sändare*, någon som vill säga något. Kommunikationen innefattar även ett *budskap*, vilket sändaren vill föra vidare via ett *medium* som kan vara exempelvis ett magasin. Det finns en eller flera *mottagare* som nås genom, i det här fallet, magasinet. De reagerar på något vis på budskapet, därmed ger kommunikationsprocessen någon form av *effekt*. Det kan vara så att mottagarens reaktion går tillbaka till sändaren och då är det *feedback* som sker. Det kan även ske *feedforward*, vilket innebär att sändaren skaffar sig kunskap om mottagaren innan kommunikationen påbörjas.

Det är viktigt att bestämma vem mottagaren ska vara, detta görs genom att ta fram en detaljerad och realistisk målgrupp som hälsokommunikationen ska rikta sig till (Jarlbro, 2010). Målgruppen kan definieras och ringas in med faktorer som kön och ålder, men det kan även vara andra saker som intressen, arbetslösa osv. Här är det även viktigt att ta fram ett mål med kommunikationen, det bör vara tydligt vad som vill åstadkommas. Även Dimpleby och Burton (1998) använder i sitt beskrivande av kommunikationsprocessen termer för att definiera kommunikationsprocessens delar. De här termerna stämmer överens med de tidigare

nämnda termer som Jarlbro (2010) beskriver. I stället för sändare, budskap, medium och mottagare använder sig Dimbleby och Burton (1998) av system, produkt och publik. Trots de olika benämningarna av dessa faktorer är innebörden densamma.

Vid utformandet av ett hälsobudskap finns det vissa faktorer som behöver tas hänsyn till (Jarlbro, 2010). Det här oavsett om det är fakta, beteendeförändring, attityder osv. som ska introduceras. Faktorerna som bör finnas med i tanken under formuleringen av ett hälsobudskap är: *enkelhet*, *konsistens*, *budskapets ton*, *huvudpoäng*, *trovärdighet* och *målgruppens behov*. Med *enkelhet* menas att budskapet behöver vara enkelt för mottagaren, det ska innehålla så få vetenskapliga, tekniska och byråkratiska begrepp som möjligt och utesluta onödig information. *Konsistens* innebär att undvika att använda sig av motstridig information som det ofta kan göra inom vetenskapen för det skapar förvirring hos mottagaren. *Budskapets ton* är att välja en positiv eller negativ ton, budskapet kan presenteras på båda sätten och det påverkar mottagaren. Ha en tydlig *huvudpoäng*, linda inte in den i onödig information. *Trovärdighet* handlar om att sändaren måste vara trovärdig och tillförlitlig. Det är viktigt att målgruppen inser att budskapet handlar om dem själva och det är just det som menas med *målgruppens behov*. Budskapet ska ha ett innehåll som är viktigast för mottagaren.

Hälsa i media

I Sverige är dagspressen den största budskapskällan när det handlar om hälsofrågor (Sandberg, 2005). Medierna kan påverka människors kunskap både direkt och indirekt. Människors beteende och attityder i hälsofrågor är direkta effekter medan de indirekta effekterna är genom de processer på olika samhällsnivåer som media ger upphov till. För att människor själva ska kunna ta aktiva beslut om det som rör deras personliga hälsa krävs en tillgång till väsentlig och lättförståelig hälsoinformation. Media har därmed ett ansvar att de budskap som sänds ut är av betydelse och sanningsenliga.

Hälsojournalistik är något som det har forskats lite om (Sandberg, 2005). Därför är det svårt att veta hur mycket av det totala medieutbudet som är hälsorelaterat. I dagspressen kan vi finna hälsojournalistik på olika avdelningar vilket gör det svårt att uppskatta den totala omfattningen. Dessutom saknas kunskap om hur befolkningen tolkar, förstår och tillämpar de budskap som media sänder ut gällande hälsa.

Hälsojournalistiken har dock aldrig varit så stor som den är nu och den finner vi i dagstidningar, med eller utan särskilda hälsospalter (Sandberg, 2005). Det finns även mer vecko- och fackpress som väljer att rikta in sig mot just kropp och hälsa. Utbudet har även ökat i TV där fler och fler program handlar om hälsa. Det är program som handlar om allt från mat till livsstilsförändringar. Eftersom hälsa berör kropp och själ, det vi alltid bär med oss, är det en anledning till att hälsa anses som bra mediematerial. Det är frågor som alla kan känna igen sig i då det rör vår existens. Hälsofrågor ses ofta som kontroversiella vilket gör det lämpligt för journalistik eftersom konflikter är något som efterfrågas samt att individer hamnar i fokus.

I och med all den hälsoinformation som idag sprids via media har det i många fall lett till sämre kvalitet (Sandberg, 2005). Det här gör det svårare för individen att veta skillnaden på bra och dålig hälsoinformation och att veta vad som är viktigt och inte. Media kan därmed få effekten att leda individer på villovägar snarare än att hitta lösningar. Det kan innebära att de hälsograndande besluten som individen måste fatta får en sämre kvalitet. En annan risk med de ständiga hälsofaror som sänds ut via olika kanaler är att varningar inte längre tas på allvar då "allt är farligt" och det får därmed ingen effekt. Individerna får en likgiltig reaktion till alla budskap.

Tidigare forskning

Det finns en del forskning gjord kring hälsa, träning och media/massmedia. Många studier som är gjorda handlar om massmedia och hälsokampanjers påverkan och effektivitet. Det finns även en del studier som har undersökt hur medias bilder och normer i fråga om hur den mänskliga kroppen ska se ut påverkar individen i olika avseenden.

Botta (2003) har genomfört en studie där tidningars påverkan på individen har undersökts. Studien visade att både män och kvinnor påverkas av vad de läser och de påverkades framförallt av de tidningar som utgav sig för att vara bra för hälsan. De här tidningarna hade störst påverkan på den kroppsliga uppfattningen och missnöje av de undersökta tidningarna. Det visade sig att läsning av dessa tidningar medförde en ökad risk för ätstörningar och en vilja att ändra på sina kroppar. Studien visade även att tidningarna framställer olika normer för kvinnor och män. Kvinnor ska vara smala medan män ska bygga muskler. Det medför att individer jämför sig själva med tidningarnas kroppsideal, männen strävar efter att bygga muskler och kvinnorna strävar efter att bli smalare vilket i sin tur kan leda till tillämpning av diverse preparat och stört ätbeteende.

Beck et al. (2012) har gjort en studie där de analyserat hur "Powerless language", dvs. maktlösa språk används i de skriftliga medierna. Det maktlösa språket förmedlar en brist på makt, kontroll och säkerhet. Den som använder det maktlösa språket uppfattas ofta som osäker på sina uttalanden, saknar kontroll och har en bristande självsäkerhet. I studien har de valt ut ett antal tidningar och analyserat hur språket sett ut i tidningarna och analyserat språkanvändningen. Skillnader i användningen kunde utläsas beroende på om det var kvinnliga eller manliga mottagare, samt om det var kvinnlig eller manlig sändare. Det uppvisade även vissa skillnader beroende på om det var en manlig sändare till mottagaren eller tvärt om. Det som framgick tydligt var att kvinnor är de som använder det maktlösa språket mest. Det visade sig alltså vara ett varierande val av språk beroende på vilken mottagare som var tänkta som målgrupp, samt vem sändaren var.

Roy (2008) analyserade damtidningar med diskursanalys och undersökte hur texterna används för att förmedla vikten av eget ansvarstagande. Utifrån analysen av tidningsartiklarna framgick att olika strategier används för att få fram budskapet till läsaren. Användning av ord som *borde*, *behov*, *viktigt*, *måste* och *vaksamhet* medför att det skapas en känsla av brådska. Här används även ett "militäriskt språk" vilket innebär att uppmuntra läsarna till att ta till

exempel läkarnas råd och uppmaningar på allvar och använda informationen. En annan strategi är att i tidningen presentera konsekvenserna som kan uppstå om läsaren inte tar eget ansvar för sin hälsa. Här är det även effektivt att använda sig av verkliga händelser som speglar vad som kan hända om det egna ansvaret inte tillämpas. Inspirerande historier är ett annat tillvägagångssätt. Artiklarna presenterar en verklig händelse för att ge inspiration till läsarna att ta ansvar för sitt eget liv och hälsa. Ofta kan dessa händelser spegla hur en individ har kämpat med en sjukdom men tagit sig igenom det och blivit frisk eller lärt sig leva med denna sjukdom. Individerna har tagit ansvar för sitt eget liv och sin hälsa och gjort det bästa av situationen vilket inspirerar läsarna.

Kennedy et al. (2011) har använt en diskursanalys för att analysera 34 damtidningar med ett innehåll om livsstil, kost, hälsa och fitness. De valde ut alla artiklar i varje tidning som handlade om träning och kost. De lade extra fokus på omslagen på tidningarna eftersom att de är det som läsaren ser först. De granskade även titeln, omslagsbilden och färgval. I studien valde de att jämföra omslagen med innehållet i tidningarna. Något som forskarna fann gemensamt med alla tidningar var att träning framställdes som något njutbart på omslagen, något som innehållet inte levde upp till. Många tidningar valde att framställa träning som något enkelt och att resultat kunde uppnås utan ansträngning. Omslagen uppmanade läsarna till att sträva efter sitt ideala jag och att träning var ett enkelt steg att nå dit. Däremot så var artiklarna i tidningen ofta en påminnelse att det inte går att uppnå. Artiklarna var i många fall avskräckande för läsaren och artiklarna skapade problem gällande träning. De konstruerade träning som något komplicerat och ångestfyllt. Forskarna menar att tidningar är en bidragande orsak till att manipulera läsarnas oro kring träning.

Eskes et al. (1998) har studerat hur texter i kvinnors fitnessmagasin drar likhetstecken mellan fysisk hälsa och skönhet. Texterna använder ofta empowerment (egenmakt) för att förmedla läsarna om att träning- och fitnessaktiviteter är ett sätt att skapa egenmakt i alla aspekter i livet. Forskarna har upptäckt att alla val kvinnor gör gällande deras hälsa så som deras kostvanor och att träna är ett sätt ha kontroll och styra över sin egen kropp och sitt liv. Genom att framhäva kvinnliga ideal så uppmanar dessa texter läsarna att fokusera på deras fysiska jag, speciellt den fysiska skönheten. Hälsan prioriteras inte i dessa texter vilket sker på bekostnad att uppnå sann fysisk hälsa och fördelar i det sociala livet. I många av de magasin som de har tittat på finns artiklar som inkluderar sätt att sänka vilopulsen, kolesterol och att öka styrkan och flexibiliteten. Dock verkar detta vara biprodukter snarare än huvudmålet. Huvudmålet verkar istället vara att skulptera starka och sexiga kroppar eller uppnå den perfekta kroppen. Att vara smal är inte längre det enda kvinnliga idealet utan styrka har på senare tid blivit en viktig del. Sökandet efter den ideala kvinnokroppen är därför nästintill omöjlig att uppnå eftersom den motsäger sig själv.

Teori

I den här delen presenteras studiens teoretiska referensram. Den kritiska diskursanalysen används som metod eftersom syftet med studien är att granska de artiklar som är publicerade i

magasinet Hälsa & Fitness. Där ingår Norman Faircloughs tredimensionella modell vilken lämpar sig bra för analys av kommunikation.

Socialkonstruktivistisk teori

Socialkonstruktivismen har i huvudsak två drag som tilltalar många. Det första är att socialkonstruktivismen ses som en uppgörelse med en del traditionella betraktelsesätt som rationalism, realism, positivism och humanism från 1800- och 1900-talen. Det andra innebär att den utgör en kritisk kraft, den tar inte det direkta eller omedelbara för givet (Wenneberg, 2010).

Att skratta när vi är glada ses av de flesta som ett naturligt uttryck, att det är en kroppslig mekanism som gör att vi skrattar när vi är glada och upplever glädje (Wenneberg, 2010). En sådan handling kan anses vara förutbestämd av naturen. Det här är något som socialkonstruktivismen går emot, dennes uppfattningar utgår ifrån att en sådan social handling enbart i en liten skala är naturlig. Genom att granska djupet i denna fråga kommer det framgå att handlingarna är socialt konstruerade och inte naturliga. Argument som används för att stödja att till exempel skratta vid glädje eller gråta vid sorg inte är enbart naturligt konstruerade handlingar är att det inte ser likadant ut i alla kulturer, det finns tydligt skilda beteendemönster. I vissa kulturer förekommer det skrik och att kasta med kroppen när sorg uttrycks, det är inte några tårar som visar sorgen. Det ses då som något socialt konstruerat. Med detta i beaktandet innebär det att socialkonstruktivismen handlar om att vårt sätt att se på och förstå världen är socialt konstruerat.

Diskursanalys

En diskursanalys undersöker texter och är både kritisk och beskrivande (Roy, 2008).

Diskursanalysen undersöker inte bara vad som sägs utan även hur det sägs. Detta innebär att regler, mönster, strukturer och ramar analyseras.

Diskurs kan definieras som ett bestämt sätt att tala om och förstå världen (Börjesson & Palmblad, 2007). Den kan ses som att den representerar en specifik del av världen genom att representera ett bestämt perspektiv (Fairclough, 2004). Det är forskarna själva som skapar diskurserna, det är alltså ingen färdig information som finns att tillgå (Börjesson & Palmblad, 2007). En verklighet konstrueras så fort ett språk används. Verkligheten kommer att se olika ut beroende på hur språket väljs att användas. Sammanhang skapas när händelser och ting namnges, det kan även kallas att en verklighet har producerats. Språkets främsta funktion är att representera något, därmed är det möjligt att säga att diskurser döper och sätter världen. Språk ska ses som en handling snarare än ett färdigt system. Diskurser konstruerar sociala relationer, världar, sinnen och ting. Diskurser hjälper oss att separera vad som är sant, troligt och rimligt och vad som inte är det.

Ett relevant exempel på en stor diskurs är hälsa (Börjesson & Palmblad, 2007). Hälsa har länge varit ett aktuellt ämne som rört många typer av personer, allt från filosofer till läkare. I

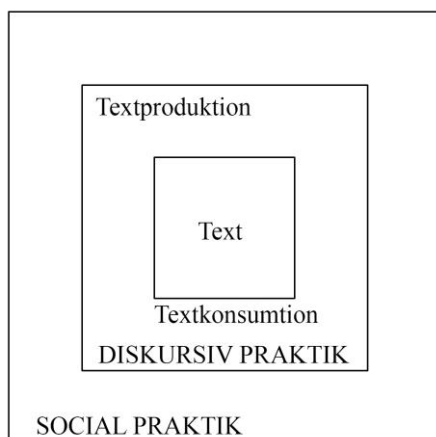
dagsläget är hälsa omfattande och rör både politik och vetenskap men även marknaden och är därmed ett brett ämne som kan kopplas till många olika aspekter.

Kritisk diskursanalys

Den kritiska diskursanalysen har olika angreppssätt och riktningar (Winther Jörgensen & Phillips, 2000). Norman Faircloughs angreppssätt menas vara den mest utvecklade metoden och teorin för kritisk diskursanalys inom kommunikation. Winther Jörgensen och Phillips (2000) har pekat på fem punkter hos angreppssätten inom kritisk diskursanalys som de har gemensamt.

1. Att skapa texter bidrar till att även skapa den sociala värld där både sociala relationer och identiteter ingår. Lingvistisk och diskursivitet är en del av det sociala och kulturella.
2. Den sociala praktiken bör ses som att den både skapar den sociala världen men också att den själv skapas av andra sociala praktiker.
3. Språkets användning ska undersökas och belysas empiriskt utifrån den sociala kontexten.
4. Kritisk diskursanalys eftersträvar att minska ojämnliska maktförhållanden i kommunikationsprocessen, mellan exempelvis kvinnor och män.
5. Kritisk diskursanalys är ett angreppssätt som är politiskt engagerat i social förändring. Dennes resultat ska också användas i tävlan om socialförändring.

Faircloughs tredimensionella modell



Figur 1. Faircloughs tredimensionella modell för diskursanalys (Winther Jörgensen & Phillips, 2000, s. 74).

Varje gång ett språk används sker en kommunikativ företeelse vilken har tre dimensioner (Winther Jörgensen & Phillips, 2000; Fairclough, 2004). Vid analys av insamlad data gällande kommunikation kan Faircloughs analytiska ram vara lämplig att använda. I och med att

modellen har tre dimensioner består den av olika begrepp som bör användas tillsammans. Nedan presenteras de tre dimensionerna närmare.

– *Text*. Egenskaperna i texten som har valts ut, dvs. artiklarna i magasinet. Vid analys av texten koncentreras det på de drag som finns i texten. Där även grammatiken och satserna ingår.

– *Diskursiv praktik*. Diskursiv praktik står för både textproduktionen och textkonsumtionen. Med textproduktionen menas de som är författare till texten och textkonsumtionen innebär läsaren av texten. Den diskursiva praktiken fokuserar på hur textskaparna valt att skapa texter genom att bygga vidare på diskurser som redan finns.

– *Social praktik*. Den kommunikativa företeelsen är en del av en bredare social praktik. Social praktik innebär de konsekvenser eller förändringar som kan komma av den text som konsumerats. Social praktik reflekterar inte bara verkligheten utan kan ses ha en aktiv relation till verkligheten och därmed förändra den (Fairclough, 2001).

Text och diskursiv praktik är två olika saker och bör därför skiljas åt i analysen, även om det är viktigt att veta att båda används samtidigt (Winther Jörgensen & Phillips, 2000). Den diskursiva praktiken förmedlar sambandet mellan den sociala praktiken och texten. Det är alltså enbart genom diskursiv praktik som texter skapas och skapas av den sociala praktiken. Det vill säga där språket används till textproduktion och konsumtion. Social praktik innehåller både diskursiva och icke diskursiva delar vilket innebär att ytterligare teorier kan behövas för att analysera den sociala praktiken. Målet med att göra en kritisk diskursanalys är lyfta fram de samband som finns mellan användandet av språket och social praktik. Därför analyseras varje kommunikations företeelse som en aspekt av diskursordningen, som den även ifrågasätter. Språkbruket formar och formas av den sociala praktiken till följd av förhållandet till diskursordningen.

Metod

Urval & design

Studien inleddes med att vi valde att det magasin vi skulle analysera skulle vara ett träningsmagasin, men även inkludera en hälsoaspekt. Därefter gick vi ut i dagligvaruhandeln och studerade utbudet av befintliga träningsmagasin. Efter att ha bläddrat och granskat samtliga av relevans valdes Hälsa & Fitness ut som det magasin vi ville analysera. Det var ett magasin som är relativt nytt ute på marknaden och kändes därför aktuell. Vi tyckte att magasinet hade en intressant och tilltalande titel som passade den studien vi ville göra. Eftersom magasinet innehöll specifika artiklar som handlar om träning som vi ville analysera kändes magasinet rätt då det hade särskilda avsnitt om just träning. De benämndes “kom i form” och “träningshandboken”. De delarna valdes för analys även fast andra delar i magasinet kunde innehålla enstaka artiklar om träning.

Hälsa & Fitness är ett magasin som vänder sig till hälso- och träningsintresserade kvinnor som vill hålla sig i form och är måna om att leva ett sunt liv. Målgruppen är kvinnor i åldrarna 18-55 år. Hälsa & Fitness lanserades i april 2011. Det är ett magasin som når ut till ungefär 54 000 läsare per nummer varav ca 80 % av läsarna är kvinnor och 20 % är män. Magasinet har som mål att med inspiration, pepp och stöd hålla sina läsare uppdaterade om aktuell forskning samt de senaste trenderna som rör allt vad gäller hälsa och fitness.

År 2012 gavs det ut tio nummer av magasinet, där av blev det naturligt för oss att välja tio nummer till studien. Våra valda nummer var från både 2012 och 2013. Anledningen till att just tio nummer valdes ut var på grund av att vi tyckte det var av värde att få med ett års produktion av magasinet för att inkludera samtliga årstider. Av de valda numren kunde sju införskaffas i pappersformat, tre stycken fanns inte att tillgå utan fick beställas och laddas ner i pdf.

Studiens design kan beskrivas som en explorativ studie då det inte fanns någon färdig eller någon förutbestämd teori som testats (Patel & Davidson, 2003). Det innebär att trots den teoretiska referensramen är det magasinets innehåll som bestämt åt vilket håll analysen gått. Vi har undersökt vilka kategorier som magasinet gett snarare än att utgå ifrån förutbestämda kategorier. En explorativ studie har även ofta som syfte att samla kunskap som är lämplig att använda för vidare studier. Det kan dock diskuteras om studien hade inslag av deduktion då den utgår ifrån två förbestämda diskurser där språket analyseras utifrån dem, hur de språkligt uttrycker sig i texterna. Det deduktiva arbetssättet utgår ifrån förutbestämda faktorer, som kan vara de förutbestämda diskurserna (Patel & Davidsson, 2003).

Datainsamling

Magasinen lästes igenom ett par gånger innan två delar valdes ut för analys (kom i form & träningshandboken) därefter markerade vi de artiklar som ansågs möjliga att ha med i undersökningen. En del artiklar sållades bort då de bara bestod av ett fåtal rader och även

artiklar som var reklam eller test av produkter valdes bort. Artiklar som bestod av frågor och svar sållades också bort eftersom det inte var aktuella för vår studie. Det blev totalt 100 artiklar som ansågs relevanta.

Här redovisas fördelningen av de utvalda artiklarna från samtliga nummer.

Tabell 1. Beskrivning av artiklarnas fördelning i respektive nummer av magasinet.

Nummer	Årtal	Antal artiklar
4	2012	9
5	2012	10
6	2012	10
7	2012	13
8	2012	10
1	2013	11
2	2013	11
3	2013	11
4	2013	6
5	2013	9
		Totalt: 100

Efter att noggrant ha läst de valda artiklarna ett par gånger och diskuterat dem formades sedan sex kategorier, dessa var *hälsa*, *utseende*, *kändisar*, *träningstrender*, *sakkunnig* och *övrigt*. Kategorierna formades utifrån artiklarnas innehåll och fokus då det fanns återkommande inslag. Det gjordes för att det skulle underlätta strukturen på arbetet samt att det hade varit intressant att se om språket skiljer sig kategorierna emellan. Att forma kategorier var även en del av urvalet. Det gjordes också för att få en överblick över innehållet i magasinet och som hjälp att kunna reducera antalet artiklar som skulle analyseras. Ytterligare läsning av artiklarna följde efter att kategorierna hade formats för att sedan kunna placera in dem i den kategori som lämpade sig bäst. Värt att notera är dock att en del artiklar passade in i flera av de valda kategorierna och var därmed svårplacerade medan några få inte direkt passade in i någon av de bestämda kategorierna. Därför valdes det att skapa kategorin *övrigt* där dessa artiklar sedan placerades in. De artiklar som kunde placeras in i flera kategorier fick läsas igen och sedan gjordes en avvägning av vilken kategori de passade bäst in i. Totalt blev det 100 stycken artiklar uppdelade i sex kategorier.

Nedan är en tabell som visar hur många artiklar respektive kategori innehåller.

Tabell 2. Beskrivning av artiklarnas fördelning i kategorierna.

Kategorier	Utseende	Hälsa	Kändisar	Träningsrender	Sakkunnig	Övrigt
Antal	23	13	14	11	18	21

De artiklar som främst handlade om hälsa och utseende valdes ut för närmare analys. De som valdes var de som kändes mest relevant utifrån våra frågeställningar och intresse. Det resulterade i att 36 artiklar analyserades. Efter noggrann genomläsning av artiklarna framträdde två övergripande utgångspunkter. Dessa var träning för att förbättra utseendet och träning för att uppnå hälsa. Med det som utgångspunkt valdes det att studera innehållet i artiklarna i ljuset av en utseendediskurs och en hälsodiskurs. Den här avgränsningen medförde att eventuella träningsartiklar som ingick i de övriga delarna av tidningen uteslöts. I de bortvalda artiklarna kan även de formade diskurserna finnas, precis som i de utslutna kategorierna.

Analys

Analysens första moment som Fairclough (2004) beskriver var att läsa de utvalda artiklarna och leta efter nyckelord; ord som är utmärkande i artiklarna. De ord som vi tyckte var utmärkande skrevs sedan ner under respektive kategori (per nummer). Därefter gjordes en sammanställning där vi undersökte om det fanns några specifika ord eller begrepp som återkom i flera artiklar. De här orden markerades sedan för att kunna analyseras. Vi sökte även efter ordkedjor, det vill säga samverkande ord, för att se om vissa ord förekommer i vissa sammanhang eller i kombination med andra ord. Även för att se om skilda diskurser använde sig av samma ord. Budskapets ton analyserades med Jarlbro (2010) som stöd. Specifika ord och meningsbyggnad granskades. Magasinen analyserades även utifrån Jarlbros (2010) fem andra punkter; enkelhet, konsistens, huvudpoäng, trovärdighet och målgruppens behov. Andra förekommande fenomen analyserades i texten, till exempel overwordning, bestämmande ord, ord som riktar sig direkt till läsaren (t.ex. du och vi), vetenskaplig förankring och samverkande ord med stöd av Fairclough (2004). Utseendediskursen analyserades utifrån de artiklar som handlar om att träna för sitt utseende och hälsodiskursen analyserades på samma sätt utifrån de artiklar som handlade om att träna för hälsan.

Kennedy et al. (2011) analyserade magasins bilder i deras studie och med stöd av deras studie har analys av bilderna skett för att få med helhetsintrycket. Här tittade vi på bildernas färger och omgivning. Modellernas poser, klädsel, ansiktsuttryck, samt modellernas kroppsform analyserades också.

Metodologiska överväganden

Två metoder kom upp för diskussion när metod skulle väljas. De var innehållsanalys och diskursanalys och det var diskursanalys som valet slutligen föll på. Vi valde att använda oss

av ett kritiskt diskursivt angreppssätt i vår analys eftersom vi ville problematisera de sanningar som i det här fallet media sänder ut. Det anser vi viktigt då media har en sådan stor roll i de budskap de sänder ut. Att göra en diskursanalys har flera fördelar och den var lämplig till vårt val av studie. Det är en lämplig metod att använda för analys av texter och eftersom studien utgår ifrån en socialkonstruktivistisk referensram tar studien fäste på hur budskap skapas (Bergström & Boréus, 2012). Det finns däremot vissa svårigheter med att använda sig av diskursanalys, det är många steg i metoden vilket kan resultera i bortfall av något steg som då kan påverka resultatet. Att använda diskursanalys som metod kan även ifrågasättas då resultatet är svårt att verifiera (Denscombe, 2009). Tillvägagångssättet har stor tilltro till forskaren och dess kännedom och intuition vilket medför att resultatet av studien bygger mycket på forskarens tolkning.

Innehållsanalys syftar mer på att analysera innehållet i texter (Denscombe, 2009). Till skillnad från diskursanalysen har innehållsanalysen en relativt enkel procedur. Utifrån syftet skulle en innehållsanalys kunna tillämpas men inte utifrån frågeställningarna eftersom en innehållsanalys inte syftar till att analysera hur budskap skapas. I innehållsanalysen ingår det att kolla efter dolda budskap i texterna.

Det var av vikt att se över etiska ställningstaganden när en studie genomförs. Det finns fyra allmänna etiska grundprinciper vid forskning (Vetenskapsrådet, 2002). Dessa kallas informationskravet, samtyckeskravet, konfidentialitetskravet och nyttjandekravet. Syftet med principerna är att motverka konflikter mellan forskare och deltagare i studien. Vi tog del av Vetenskapsrådets principer. Då vår insamlade data har lämnats av massmedia behöver inget samtycke efterfrågas. Det finns inte heller några fysiska personer att ta hänsyn till eftersom studien inte innefattar några deltagare. Magasinet och dess artiklar med författare har redan publicerats är därmed synliga för allmänheten.

Resultat

I den här delen kommer resultatet av studien redovisas. Resultat kommer att presenteras utifrån Faircloughs tredimensionella modell. Två diskurser har valts ut för närmare analys och dessa presenteras till en början var för sig, sedan presenteras två större gemensamma nämnare i diskurserna, avslutningsvis en sammanfattning av resultatet. Resultatet presenteras även utifrån Faircloughs tredimensionella modell. Den sociala praktiken utvecklas sedan ytterligare i diskussionen med stöd av tidigare forskning. Utseendediskursen som kommer ur kategorin *Utseende* innefattar de artiklar som handlar om att träna för sitt utseende och det är totalt 23 artiklar som utgår ifrån den här diskursen. I hälsodiskursen från kategori *Hälsa* innefattas de artiklar om träning som rör träning för att förbättra sin hälsa. Här är det totalt 13 artiklar som har denna utgångspunkt. För att se vilka artiklar som ingår i diskurserna se bilaga 1.

Utseendediskurs

Den här diskursen framställer att träning har som syfte att förbättra utseendet samtidigt som detta medför att ett fysiskt ideal framträder. Diskursen konstruerar ett starkt samband mellan träning och utseende.

Det första steget i Faircloughs tredimensionella modell är att analysera textens egenskaper och hur den är uppbyggd. Vissa ord förekommer ofta i olika artiklar och ibland även fler gånger i en och samma artikel. De här orden kallas enligt Fairclough (2004) för re-occurring words, alltså ord som återkommer fler gånger. Exempel på dessa ord är snygg, väldefinierad, smal och slank. När specifika och återkommande ord kopplas till andra specifika ord kallas det för co-occurring words, vilket kan översättas till sammanbindande ord. De valda artiklarna som rör utseende i detta magasin skapar ett kroppsligt ideal genom språket och de ord de använder. I de artiklar vi har analyserat är idealen väldigt specifika för särskilda kroppsdelar då samma ord ofta presenteras i samband med en viss kroppsdel. Det går alltså att säga att beroende på vilken kroppsdel som behandlas i artikeln är vissa ord mer framträdande. Ett par exempel på dessa sammanbindande ord är att lår och rumpa ofta beskrivs som fasta och slanka, medan magen helst ska vara platt och trimmad. Det är också viktigt att påpeka att även om samma ord inte används så kan innebörden ändå vara densamma när ett visst fenomen ska beskrivas. Nedan är några citat som visar på det som tidigare nämnts. Värt att nämna är att väldefinierad används som beskrivning i tre av fyra citat nedan, väldefinierad är ett återkommande ord som är med och beskriver flera av kroppens delar och återkommer i stor del av artiklarna.

Månadens program innehåller övningar som tillsammans med konditionsträning hjälper till att lyfta rumpan, göra höfterna smalare och skulptera slanka och väldefinierade lårmuskler (Hälsa & Fitness, 2013:1, s.76).

Gör dessa övningar för att få funktionella magmuskler som plattar till din mage och trimmar din midja (Hälsa & Fitness, 2013:1, s. 74).

Väldefinierade magmuskler är en produkt av hård träning, medveten kost och en hälsosam fettprocent (Hälsa & Fitness, 2013:1, s. 74).

Vem vill inte kunna skryta med väldefinierade och sexiga magmuskler på sommaren? Sätt igång redan nu så ska du se att du snart har den där getingmidjan du alltid drömt om! (Hälsa & Fitness, 2012:5, s.78).

De här citaten ovan är även väldigt talande för hur diskursen framställer att individen ska se ut och det är även väldigt enkelt att jämföra för att se om individen uppnår idealet.

Väldefinierade är ett vanligt återkommande ord när texten bygger på en utseendediskurs. Botta (2003) beskriver i sin studie att både män och kvinnor påverkas av vad de läser och att det medför en risk för störd kroppsuppfattning, detta kan kopplas till denna typ av texter där det är väldigt definitiva ideal som presenteras.

I utseendediskursen skapas även ett ideal om hur individen inte bör se ut. I exemplen nedan beskriver magasinet ingående vad som inte är att eftersträva, eller vad som bör motverkas med hjälp av träning när det gäller utseende. Att till exempel ha en päronrumpa, gäddhäng eller att vara biffig görs till ett problem genom texten. Det är ord som vara trött på, inte är nöjd och undvika som talar om för läsaren att det ska motverkas.

Boxning är en perfekt träningsform för dig som vill utveckla en slank och vältränad fysik utan att bli biffig (Hälsa & Fitness, 2012:5, s. 82).

Ridbyxlår, celluliter eller päronrumpa - det finns många sätt att beskriva de delar av underkroppen som vi inte är nöjda med (Hälsa & Fitness, 2013:1, s.76).

Är du trött på gäddhänget? För att bli av med det måste du träna triceps- musklerna på baksidan av armarna (Hälsa & Fitness, 2012:7, s.73).

I utseendediskursen är språkets framtoning positiv. Ord som fantastisk, effektiv, enkel, perfekt, avundsvärd, iögonfallande är med och skapar den positiva framtoningen. I och med den här positiva ton skapas också en känsla för läsaren som får träningen att verka enkel, samt att det är enkelt att uppnå det utseendeidealet som nämns. I citaten nedan går det att utläsa hur enkel och effektiv tillämpas i texten för att skapa den positiva tonen. Det tredje citatet beskriver även ett annat tillvägagångssätt som artiklarna tillämpar. I det förmedlas den positiva tonen genom "vilken tur" och att de använder sig av ett utropstecken. Utropstecken är även de vanligt förekommande i artiklarna och är därmed med och skapar den positiva framtoningen.

Få tonade, snygga biceps snabbt med hjälp av den här enkla och effektiva övningen (Hälsa & Fitness, 2013:5, s. 82).

Hitta formen supersnabbt med vårt enkla och effektiva hemmapass (Hälsa & Fitness, 2012:7, s.25)

Vilken tur att våra övningar gör just detta! (Hälsa & Fitness, 2012:5, s.78).

Orsak och verkan är ett annat tillvägagångssätt som diskursen praktiserar för att förmedla sitt budskap. Nedan är ett citat som visar orsak och verkan. Utfall, hur individen ska träna, är orsak och forma rumpa och ben är verkan, resultatet av träningen.

Utfall hjälper dig att forma rumpa och ben... (Hälsa & Fitness, 2013:3, s. 78).

Fairclough (2001) skriver om overwording vilket innebär en överanvändning av synonymer. Det rör sig oftast om verb som återkommer i olika former. Det kan beskrivas som att vissa texter har en stor upptagenhet eller fokus. "Avundsvärda axlar" (2012:6 s.72) är en artikel med övningar som tränar axlarna. Förutom bilder och beskrivning av övningar följer en kort introduktionstext där fenomenet overwording förekommer. I texten hinner axlarna beskrivas som snygga och vältränade ihop med tona, stärka och skulptera. De tre sista orden har i det här sammanhanget en innebörd som är densamma. Det är därmed ett tydligt exempel på hur magasinet använts sig av overwording.

Bilderna i magasinet är också med och skapar utseendediskursen och det ideal som kommer därur. Bilderna som hör till artiklarna under utseendediskursen har liten variation och starka samband med varandra. De föreställer smala tjejer i 20 års ålder som visar olika övningar. Modellen är lättklädd med endast sportbh och tights eller shorts. Ansiktsuttrycket är oftast neutralt eller med ett litet leende. Färgskalan i bilderna kan beskrivas med en ljusbakgrund där något av modellens klädesplagg har en stark utmärkande färg. När artikeln däremot handlar om att träna med tyngre vikter övergår bilderna till en mörkare nyans som ger ett hårdare intryck. Modellen är även mer vältränad med synligare muskler. I många fall har kameran även fokus på en specifik kroppsdel, oftast den kroppsdel som artikelns övningar riktar sig mot att träna. För att förtydliga hur bilder i det valda magasinet kan se ut följer en kortare beskrivning. Artikeln har totalt 18 bilder, samtliga föreställer en tjej i 25 års ålder med håret i hästsvans. Hon har en grå sportbh och ett par rosa korta shorts. På 17 av bilderna visar hon olika övningar som ska ge "stark underkropp på 4 veckor" (Hälsa & Fitness, 2013:1 s, 76). I den första bilden visas ingen övning utan där står hon med sidan av ryggen och rumpan riktad mot kameran och tittar över axeln direkt in i kameran. Omgivningen på bilderna är ljus och det enda som syns är en öppen spis och en soffa.

Den diskursiva praktiken undersöker hur språket används för att skapa diskurser. Som en del i den diskursiva praktiken har det analyserats hur språket har använts för att på olika sätt nå fram till läsaren. Det här har redan tidigare i resultatet börjat framträda. Resultatet av vår studie visar att texten i många fall har en också bestämmande ton, även om det fortfarande är positivt. Två exempel följer nedan som visar på detta där de har lagt in ord som behöver och måste. I samband med att orden behöver och måste skrivs används även ordet du för att tilltala läsaren. Det här kan även ge en känsla av att det är brådskande och lägger över ansvaret på läsaren.

Vi har alla de övningar du **behöver** för en tonad och väldefinerad mage, och som dessutom ger dig självförtroendet tillbaka (Hälsa & Fitness, 2012:4, s. 29).

Givetvis **måste** du äta sunt och träna regelbundet, men du **måste** verkligen tro på dig själv för att få riktigt bra resultat- och så **måste** du jobba på din hållning (Hälsa & Fitness, 2012:6, s.29).

När du tränar benen **måste** du lägga lika mycket fokus på vaderna som på låren (Hälsa & Fitness, 2012:8, s. 78).

Det är inte bara i samband med dessa bestämmande ord som texten riktar sig mot läsaren genom att använda ord som du, utan detta sker genomgående i utseendediskursen. Det skapar en känsla av att texten är direkt vänd till läsaren och att budskapet gäller för den enskilda individen.

Gör dessa övningar för att få funktionella magmuskler som plattar till din mage och trimmar din midja (Hälsa & Fitness, 2013:1, s. 74).

Men misströsta inte - vi har alla de övningar du behöver för en tonad och väldefinierad mage, och som dessutom ger dig självförtroendet tillbaka (Hälsa & Fitness, 2012:5, s. 28).

Har du svårt att hinna till gymmet? (Hälsa & Fitness, 2012:5, s. 25).

Armstyrka är ju dessutom något som underlättar för dig i vardagen då du har lättare för att bära runt på barn och shoppingkassar (Hälsa & Fitness, 2013:5, s. 82).

Att hänvisa till en personlig tränare i artiklarna är något som förekommer inom utseendediskursen. Det görs för att informationen ska tas på större allvar och tillämpas. Det kan kopplas till det Roy (2008) beskriver om "militäriskt språk" i sin studie. Nedan visas ett exempel på hur detta kan tillämpas i artiklarna.

Det här träningsprogrammet, skapat av PT:n och hälsocoachen Katarina Berceliova, är utformat för att göra dig både starkare och slankare (Hälsa & Fitness, 2013:5, s. 86).

Den sociala praktiken studerar diskurser på ett bredare plan och därmed analyseras vilka konsekvenser som kan uppkomma med hjälp av tidigare forskning. I studien gjord av Eskes et al. (1998) upptäcktes att egenmakt ofta var något som användes i kvinnliga träningsmagasin för att skapa en känsla av att läsaren själv har kontrollen och ansvaret att påverka sin egen kropp och sitt eget liv. Genom att använda ordet du i texter som handlar om förändringar skapas en känsla av egenmakt hos läsaren. Ansvaret och möjligheten till förändring ligger i läsarens egna händer. Som tidigare nämnts beskriver Botta (2003) att konsumtion av den här typen av texter kan få konsekvenser och i den studien har det framkommit att en konsekvens är störd kroppsuppfattning.

Hälsodiskurs

Den här diskursen konstruerar träning som ett verktyg för att förbättra hälsa och välmående. Inriktningen är att träna för att stärka kropp och själ för att på så sätt skapa ett balanserat liv. Vid analys av textens egenskaper märks tydligt att språkets konstruktion har en blygsam framtoning där ord som lindra, stärka, förbättra och motverka är framstående. Med blygsam

menas att textens utformning inte är lika rätt fram som i utseendediskursen och det är ingen överdriven användning av de framstående orden. Språket är sakligt men har en positiv antydning.

Rörelserna tränar inte bara hela kroppen, utan förbättrar dessutom rörligheten och lindrar stress (Hälsa & Fitness, 2013:1, s. 28).

I det här träningsprogrammet kommer vi därför att fokusera på en muskel i taget och i tur och ordning jobba med ben respektive armar för att förbättra koordination, balans och korrigera eventuella muskelobalanser som kan ha uppstått - på sikt kommer detta ge dig en symmetrisk kropp, bättre hållning och minska din skaderisk (Hälsa & Fitness, 2013:5, s. 26).

Denna ställning sträcker ut höfter, lår och vrist, samt lindrar stress och utmattning (Hälsa & Fitness, 2012:7, s. 71).

Här är tre beskrivande citat som skildrar användningen av språket i diskursen och demonstrerar de återkommande orden förbättra och lindra, som är re-occurring words i denna diskurs. Förbättra används i två av citaten liksom även lindrar gör, de kommer från olika artiklar och de har ett fokus på välmående som tidigare nämnts. Co-occurring words i hälsodiskursen är att träning och hälsa sammanbinds. Två exempel nedan som visar hur det kan se ut i artiklarna.

... dem som började träna den rekommenderade dosen när de var en bra bit över 40 år gamla förbättrade sin hälsa (Hälsa & Fitness, 2013:1, s. 15).

Träning som ger bra bättre kondition och ökad rörlighet har en god inverkan på hälsan... (Hälsa & Fitness, 2012:5, s. 16).

I diskursen skapas träning som en faktor för att vara eller hålla sig frisk, för att förebygga skador, för att må bra, för att stärka både det somatiska som det psykiska, det vill säga både fysiskt och psykiskt välmående. Faktorer som ingår i definitionen av hälsa.

Overwording, som är vanligt i utseendediskursen, förekommer inte till någon större grad i hälsodiskursen. Överdriven användning av synonymer var därmed inget som tillämpades i hälsodiskursen för att förstärka budskapen

Bilderna i hälsodiskursen skiljer sig något i jämförelse med bilderna i utseendediskursen. Dels så är de ofta mindre bilder till de artiklar som placeras in i hälsodiskursen men det beror till stor del på att artiklarna oftast har en mindre omfattning. Bilderna föreställer ofta en eller två kvinnor, ofta glada, skrattandes eller leendes som utför någon typ av lättare fysisk aktivitet. Aktiviteten som utförs beror dock så klart på artikelns innehåll. Omgivningen är ofta helt vit eller i en utomhusmiljö. Exempel på en bild i hälsodiskursen: En tjej i 25-30 årsåldern som utför en stretchövning vilket passar ihop med artikelns innehåll "*pigg och nöjd av rörlighetsträning*" 2012:5, s. 16. Modellen bär tights och ett linne i dova färger. Ansiktet är riktat direkt mot kameran och därmed läsaren. Modellen har ett brett leende på bilden.

Den diskursiva praktiken har studerats och precis som i utseendediskursen återkommer ord som riktar sig direkt till läsaren i hälsodiskursen. Nedan följer några exempel på hur du och vi presenteras i hälsodiskursen.

Men om vi väljer att inte göra något åt det är risken att vi skadar oss under träningen (Hälsa & Fitness, 2013:5, s. 26).

... på sikt kommer detta ge dig en symmetrisk kropp, bättre hållning och minska din skaderisk (Hälsa & Fitness, 2013:5, s. 26).

Det är också förekommande att frågor konstrueras i texterna. Frågorna inleder eller avslutar artiklarna för att på så sätt rikta sig direkt till läsaren. Även här kan utropstecken tillämpas för att leda texten gentemot läsaren och genererar en positiv känsla. Det första citatet exemplifierar hur frågor kan användas i texten och nästa detsamma gällande utropstecken.

Upplever du att höger kroppshalva är starkare än vänster, eller vice versa? (Hälsa & Fitness, 2013:5, s. 26).

Visst känns det som att de där svettiga minuterna i spåret är väl värda sin tid! (Hälsa & Fitness, 2012:8, s 16).

I den sociala praktiken återkopplas teorin och enligt den socialkonstruktivistiska teorin är ingenting naturligt utan det är socialt konstruerat. Precis som det tidigare exemplet om att skrott är något konstruerat så konstrueras verkligheter även i hälsodiskursen. En verklighet som konstrueras i hälsodiskursen är att träning förbättrar hälsan. Det innebär alltså att det är genom magasinets texter som detta socialt konstrueras. Träning är alltså inget naturligt utan något som vi får talat till oss att göra för att förbättra hälsan.

Hälsa nämns i färre artiklar än utseende i dessa träningsartiklar, det är alltså en mindre diskurs än utseendediskursen. I Eskes et al. (1998) studie visas att hälsa inte är något som prioriteras i artiklar i kvinnors fitnessmagasin. De menar att den fysiska hälsan är detsamma som skönhet. Det leder till att den totala fysiska hälsan blir lidande till förmån för ett bättre utseende. Det kan såklart ses som ett problem när hälsa likställs med ett gott yttre.

Samverkande ord i de två diskurserna

Fairclough (2004) redogör för samverkande ord som är ord som kan finnas i olika diskurser, det vill säga att skilda diskurser använder sig av samma ord. Orden får däremot olika betydelse i de skilda diskurserna. Det beror på de samverkande orden, vilka ord som omger det specifika ordet, relationen blir då annorlunda och medför en annan betydelse.

I utseendediskursen och hälsodiskursen går det att utläsa dessa samverkande ord. Stark, stärke, styrka och starka finns i båda diskurserna, men det som skiljer är de ord som samverkar. Det medför då att orden har olika betydelse i de skilda diskurserna vilket i sin tur medför att diskurserna förmedlar olika budskap genom användning av samma ord.

Om det kalla vädret gör dig nedstämd och din träning blir lidande, kan du testa de här snabba och enkla yogaställningarna för att sträcka ut och stärka kroppen (Hälsa & Fitness, 2013:1, s. 28).

Dessa övningar stärker hela sätesmuskulaturen och hjälper dig att se fantastisk ut i vilka plagg du än väljer att ha på dig (Hälsa & Fitness, 2012:4, s. 80).

Det första citatet är taget ur en artikel från hälsodiskursen och det andra från en artikel ur utseendediskursen. Stärka är här i två skilda sammanhang. På grund av att ordföljden är annorlunda i de olika diskurserna får inte *stärka* samma betydelse i diskurserna. Hälsodiskursen använder stärka i ett sammanhang där uppfattningen blir på ett välmående plan till skillnad från utseendediskursen där stärka sammankopplas med utseende, i det här fallet "*se fantastisk ut*", där fantastisk även är ett återkommande ord i utseendediskursen.

Vetenskaplig förankring

Magasinet använder ibland vetenskaplig forskning för att ge stöd till det som skrivs. För att stärka detta ytterligare används ord som färsk, ny eller senaste i samband med studie eller forskning för att understryka att det är det som skrivs som är aktuellt. Den här strategin tillämpas i både hälsodiskursen och utseendediskursen men är vanligare återkommande i de artiklar som tillhör hälsodiskursen.

Omkring 5,3 miljoner människor dör varje år på grund av övervikt och sjukdomar som drabbat dem till följd av att de inte motionerar, avslöjar ny forskning (Hälsa & Fitness, 2013:2, s. 77).

Att springa eller jogga ett par gånger i veckan förbättrar inte bara din kondition och ditt välbefinnande, utan kan även förlänga ditt liv. Detta menar den danska forskaren som ligger bakom City Heart Study (Hälsa & Fitness, 2012:8, s. 16).

En ny studie, publicerad i European Journal of Applied Physiology, visar nämligen att samma del av hjärnan som används vid muskelkontraktioner också är den del som är aktiv under mental stress (Hälsa & Fitness, 2012:5, s.77).

De här citaten ovan är exempel på hur forskare och vetenskapen används för att generera validitet i det som skrivs. De två första citaten är tagna ur hälsodiskursen medan det sista är taget ur utseendediskursen. Det går även att utläsa sammanbindande ord ur två av citaten. Ny är ett sammanbindande ord som ofta kopplas till vetenskapen.

Texterna framställer ofta träning i ett orsak och verkan- förhållande vilket framställs som sant genom att hänvisa till vetenskaplig forskning. I citatet visas detta sig genom att det nyligen är bevisat att en viss nivå av motion kan minska risker och att det inte är för sent att börja träna senare i livet för att uppnå en bra hälsa. Den här typen av citat kan även kopplas till inspirerande skildring som Roy (2008) redogör för i sin studie. Syftet med att använda den här typen av berättelser är att uppmuntra läsaren att ta eget ansvar för sig själv.

Forskare från University College London i Storbritannien upptäckte nyligen att personer som ägnar sig åt så pass lite som två och en halv timme lättare motion i veckan löper betydligt mindre risk att drabbas av hjärtproblem... Till och med dem som började träna den rekommenderade dosen när de var en bra bit över 40 år gamla förbättrade sin hälsa (Hälsa & Fitness, 2013:1, s. 15).

Orsak är att motionera två och en halv timme i veckan och verkan är att det medför en mindre risk att drabbas av hjärtproblem och orsak och verkan -sambandet förstärks av att det är hänvisat till forskning.

Sammanfattning

Resultatet visar att hälsodiskursen och utseendediskursen till stor del använder samma strategi i deras artiklar för att skapa deras verklighet angående träning, men att budskapet ser olika ut beroende vilken diskurs som dominerar i en text. Utseendediskursen skapar en verklighet där individer tränar för sitt utseende, ett utseende som måste leva upp till bestämda ideal som också de skapas i diskursen. Hälsodiskursen däremot skapar en verklighet där träning går ut på att förbättra eller bibehålla hälsan. Träning för att må bra och skapa balans i livets alla delar, både de somatiska och det psykiska.

Strategier som tillämpas är återkommande ord och sammanbindande ord. Vilka ord som tillämpas skiljer sig beroende på vilken diskurs de är. I utseendediskursen är snygg, väldefinierad, smal och slank återkommande ord och i hälsodiskursen är det framförallt förbättra och lindra som utgör de här orden. I utseendediskursen var de återkommande orden mer framstående än i hälsodiskursen. I utseendediskursen finns det fler sammanbindande ord och exempel på detta är att mage sammanbinds med platt och trimmad medan lår och rumpa sammanbinds med fasta och slanka. I hälsodiskursen är detta mer tillbakadraget men det som går att utläsa är att träna ofta sammanbinds med hälsa. Stärka är ett annat sammanbindande ord som går att hitta i båda diskurserna, detta är ett samverkande ord som får olika betydelse i de skilda diskurserna på grund av att det samverkar med olika ord.

Texter som bygger på båda diskurserna är skrivna så att de involverar och vänder sig direkt till läsaren, den enskilda individen, genom att använda ordval som du och vi. Andra sätt att nå fram till läsaren är genom auktoritära individer, i utseendediskursen är det vanligast förekommande att dessa individer är personliga tränare och i hälsodiskursen är det forskare. Båda texterna har en positiv ton även om hälsodiskursen är mer saklig och blygsam. Utseendediskursen framför sin positiva ton genom ord som till exempel enkelt och fantastiskt och har en mer genomträngande positiv text.

Diskussion

Den här delen av uppsatsen är uppdelad i metoddiskussion och resultatdiskussion. I den första delen kommer valet av metod att diskuteras. I den andra delen kommer resultatet att diskuteras och återkopplas till tidigare forskning samt syfte och frågeställningar. Syftet med studien är att beskriva och analysera hur texter om träning framställs utifrån diskurser och hur budskap framställs i träningsartiklar ur ett träningsmagasin.

Metoddiskussion

I och med att diskursanalys främst används till analys av språkliga uttryck i skriftligt format, vilket vi har gjort, var det en bra metod för vår uppsats (Korp, 2004). Vi har även undersökt hur språket har använts för att skapa och omskapa verkligheter gällande de artiklar där träning förekommer genom olika begrepp som använts i artiklarna vilket Korp (2004) beskriver vara en viktig del av diskursanalysen. Att göra en diskursanalys kan dock ha sina svårigheter och problem (Bergström & Boréus, 2012). Det finns några kritiska aspekter riktade mot diskursanalys. En kritisk aspekt är att eftersom en diskursanalys sker i många steg (allt från insamling av empiri till sista delen av analysen) finns det stor risk att något steg bortfaller när redovisningen av metoden beskrivs. Den teoretiska kopplingen är inte självklar i en diskursanalys och därför är det viktigt att vara kritisk och uppmärksam. Att bortfall kunde ske i metoden noterades tidigt i arbetet vilket gjorde oss extra uppmärksamma med att försöka beskriva hur vi gått till väga så noga som möjligt.

Vissa träningsartiklar blev automatiskt uteslutna redan när två delar av magasinet valdes ut och ytterligare träningsartiklar uteslöts när två kategorier utsågs för närmare analys. Det innebär att vårt resultat kan ses som en del av ett möjligt resultat och därmed kan ett större resultat ge möjlighet till ett utvidgat resultat. Resultatet hade även kunnat se annorlunda ut om samtliga kategorier hade valts för närmare analys i stället för bara två. Detsamma gäller om vi hade analyserat magasinet som helhet i stället för att välja ut två delar ur den kunde även det medföra ett annorlunda resultat i jämförelse med det resultat vi fått fram. De delar som valdes var de som ansågs vara mest relevanta utifrån frågeställningarna och syftet. Denna avgränsning möjliggjorde även för en analys med lämplig mängd text. De undersökta diskurserna kan också finnas i andra delar av magasinet som valdes bort vid avgränsningen.

Det har varit till studiens fördel att ha två författare. Det gäller främst när det kommer till analysen av texterna då de har kunnat läsas och tolkats av båda två och det har alltid funnits en dialog författarna emellan. Det har medfört att oklarheter har kunnat diskuteras, något som inte hade varit möjligt annars.

Den här studien kan kopplas till andra liknande studier som påvisat liknade tillvägagångssätt och resultat. I och med detta kan studien betraktas reliabel. Något som däremot skulle kunna motsäga reliabiliteten i denna studie är att reliabiliteten rör frågan ifall resultatet från en undersökning blir densamma om undersökningen skulle genomföras på nytt (Bryman, 2011). Eftersom det är forskaren själv som skapar diskurserna utifrån texterna och inte förutbestämda

diskurser används kan det vara svårt att genomföra en studie igen och få samma resultat (Börjesson & Palmblad, 2007). Men som tidigare nämnts har denna studie likartat resultat med andra studier inom ämnet och kan därmed till viss del ses som reliabel.

Vid kvalitativ forskning där citat ska presenteras bör det finnas en balans mellan citat och kommenterande text, detta ger läsaren en möjlighet att själva bedöma analysens trovärdighet (Patel & Davidsson, 2003). Det är också viktigt att beskriva forskningsprocessen så noggrant som möjligt då varje kvalitativ studie är unik, detta för att de som tar del av studien ska kunna skaffa sig en uppfattning samt att öka trovärdigheten.

Resultatdiskussion

I diskurserna används strategier som ibland kan anses extrema för att nå ut till läsaren. De är dock inte tydliga vid första anblicken utan har noterats när texterna har lästs flera gånger och analyserats. Därför kan vi kalla att de är osynliga för läsaren. Overwording är en av de strategier som vid första anblick inte märks utan det krävs en djupare analys för att upptäcka dessa synonymer.

Utseendediskurs

Det här resultatet visar att ord som *måste* och *behöver* används för att förmedla budskapet i olika artiklar. Det här är resultat som kan kopplas till det resultat Roy (2008) kan utläsa ur sin studie. När "du måste" skrivs överförs ansvaret till läsaren och det är denne som måste agera. Det är främst i utseendediskursen som dessa ord kan utläsas. Roy (2008) beskriver även i samma studie att ett "militäriskt språk" kan användas för att nå fram till läsaren, och med "militäriskt språk" menar Roy personer med auktoritet. I utseendediskursen kan dessa individer vara personliga tränare som uttalar sig i olika träningsområden som vilka övningar som ska utföras för att få väldefinierade lår. Artiklarna hänvisar till den personliga tränaren för att styrka det som skrivs och det medför även en uppmaning om att ta tillvara på informationen.

När texterna bygger på en utseendediskurs framgår att kvinnor ska sträva efter att bli smala och slanka, det är genomgående återkommande. Botta (2003) beskriver i sin studie att tidningar framställer normer för vad kvinnor och män ska sträva efter utseendemässigt, och vad som är idealet. Där beskriver hon att tidningarna gestaltar att kvinnor ska vara smala vilket går att koppla till resultatet i den här studien. Att vara smal, väldefinierad, tonad och slank framgår som viktiga komponenter vad gäller utseendet och har ett fokus i träningsartiklarna.

Resultatet av vår studie visar ett ideal där som tyder på att vara smal och stark bör eftersträvas. Det kan kopplas till Eskes et al. (1998) och Botta (2003) som beskriver i sina studier att det är relevant för kvinnor att sträva efter att vara smala. Som tidigare nämnt beskriver de i sin studie att kvinnor uppmanas att träna för utseendet snarare än deras fysiska hälsa. De nämner även att styrka är något som har börjat få en allt viktigare roll i kvinnors liv. Det är något som märkts tydligt i de artiklar som vi analyserat. Att träna för sin hälsa har

nämnts i färre antal artiklar än att träna för sitt utseende då fokus ligger på att försöka forma den perfekta kroppen. Styrka är något som också fått utrymme i våra valda artiklar i utseendediskursen. Dock ifrågasätter Eskes et al. (1998) det här skeva idealet då kvinnor förväntas vara både smala men även vara starka. De menar att detta motsäger sig.

Bilderna anses vara av lika stor vikt som en text när ett budskap ska sändas ut (Fairclough, 2001). Det beror till stor del på att det visuella är för läsaren mycket mer uppenbart än texten. Det är också känt att språket och bilder är nära sammankopplat. I utseendediskursen har bilderna en ganska liten variation då det nästan alltid föreställer en lättklädd modell som visar olika övningar. Som beskrivet i resultatet förekommer det även bilder där ingen övning visas, utan där det är en modell som endast utför en pose mot kameran. Det är något som även Eskes et al. (1998) noterade i sin studie. Där väljer de att kalla dessa bilder överflödiga då de inte fyller någon funktion gentemot artikelns innehåll. De menar att bilderna endast finns för att visa upp den så kallade perfekta kroppen med plattmage och smala ben. I studien drar de även slutsatsen att de överflödiga bilderna där fokus ligger på enskilda kroppsdelar och där övningar visas saknar egenmakt. Bilderna i det magasinet liknar bilderna till beskrivningen ur det magasin som vi undersökt i vår studie till stor del. Eskes et al. studie anser även att den klädsel som modellerna har inte är något som majoriteten av vanliga kvinnor kan bära upp. Det är något som även det kan minska känslan av egenmakt.

Hälsodiskurs

Det noterades tidigt att hälsodiskursen inte upptog särskilt stor plats i magasinets delar om träning, då fokus snarare låg på utseende.

Resultatet visa att Hälsa & Fitness med hjälp av sin positiva framtoning förmedlar att träning är enkelt och lätt. Magasinets bilder i hälsodiskursen föreställer oftast glada och skrattande kvinnor. I studien gjord av Kennedy et al. (2011) studeras damtidningar av olika karaktärer och där framkom att magasinerna ofta framställer träning som något ångestfyllt och jobbigt. Det gäller bilderna såväl som texten i artiklarna. De antyder att damtidningar skapar oro och onödiga problem gällande träning. De här resultaten motsäger varandra och detta är intressant och kan bero på flera orsaker. Båda resultaten bygger på diskursanalyser vilket kan vara en bidragande orsak till de stora resultatskillnaderna eftersom en diskursanalys påverkas mycket av forskaren. Resultatet bygger även på magasin som kommer från olika länder, Hälsa & Fitness är ett svenskt magasin medan Kennedy et al. har studerat magasin från Storbritannien.

Som redan nämnts i resultatet kan kopplingar gällande inspirerande skildringar göras till den studie som Roy (2008) gjort, artiklarna i hälsodiskursen redovisar ofta en förändring som individer har uppnått för att motivera läsaren att ta sitt ansvar. Artiklarna i hälsodiskursen med vetenskaplig förankring har en något annorlunda typ av inspirerande skildring än den som Roy (2008) beskriver. Roy beskriver hur enskilda individer exempelvis har kämpat sig ur en sjukdom eller lärt sig leva med en sjukdom genom att ta ansvar för sitt eget liv. Men artiklarna som använder vetenskapen för att presentera ett träningsbudskap kan ändå kopplas till det här då vissa av de exempel de tar upp har tagit sig från ett sämre tillstånd till ett bättre

precis som Roy (2008) redogör för. De har då som syfte att inspirera läsaren till att börja ta ansvar för sitt eget liv. Även Kirkman (2001) beskriver inspirerande berättelser som en metod media använder sig av, hon beskriver det som att syftet är att individen ska kunna identifiera sig med någon del av berättelsen för att på så sätt ta det till sig och influeras.

I utseendediskursen är det vanligt förekommande att vetenskapliga förankringar tillämpas. Det här är något som Roy (2008) beskriver i sin studie som att använda ett "militäriskt språk" för att på så sätt nå fram till läsaren. Individerna kan i det här fallet vara forskare som går att utläsa i hälsodiskursen i denna studie. Där hänvisar artiklarna till olika forskare för att styrka det som skrivs och detta medför även en uppmaning om att ta tillvara på informationen. Forskarna är auktoritära vilket medför att informationen tas på större allvar. Strategin tillämpas även i utseendediskursen men då i form av hänvisningar till personliga tränare, men det sker inte i lika stor grad som i hälsodiskursen. Att hänvisa till personer med auktoritet problematiserar Kirkman (2001). Det är en strategi som media använder, men problemet är att det väldigt sällan finns med en referens till forskaren i dessa magasin. Där av kan trovärdigheten ifrågasättas trots att artikeln hänvisar till en forskare eller en studie. Sandberg (2005) problematiserar kvalitén över de hälsobudskap som sänds ut. I de artiklar som går under hälsodiskursen har många använt vetenskaplig forskning vilket stärker kvalitén på budskapet, men här är det viktigt att påpeka att de aldrig refererar till denna forskning vilket ändå till viss del gör källan osäker.

Beck et al. (2012) ser också den vetenskapliga hänvisningen i media som ett problem. Det då media vill förenkla språket för läsarna, som är en viktig del i hälsokommunikation vilket beskrivs mer nedan. Problemet som dock kan uppstå är att den vetenskapliga texten förenklas så pass mycket att betydelsen inte längre blir den samma, eller att informationen blir tagen ur ett sammanhang. Då flera av artiklarna i hälsodiskursen är väldigt korta finns det en risk att det är just detta som har tillämpats.

De flesta artiklarna använder ett språk som är enkelt och det har betydelse i förmedlingen av budskap. Det här går att koppla till Jarlbro (2010) som har sex punkter som bör finnas i åtanke vid utformning av ett hälsobudskap. Den första punkten är *enkelhet*. Utseendediskursen tillämpar enkelheten då den inte innefattar några vetenskapliga eller svåra begrepp. Hälsodiskursen har få begrepp av den karaktären även om det förekommer när vetenskapliga artiklar tillämpas. *Konsistens* är nästa begrepp vilket utseendediskursen inte följer. I enskilda artiklar finns ingen motstridig information, däremot förekommer det att olika artiklar som har samma syfte hävdar att olika metoder är "det bästa". Det gör att konsistensen inte följs och budskapet kan då bli förvirrande för läsaren. Hur hälsodiskursen tillämpar konsistens går att tolka på två sätt. Den uppvisar många vägar till hälsa vilket kan anses som motstridigt. Däremot är de vägarna inte konkurrerande på något sätt utan kan tillämpas tillsammans. *Budskapets ton* är som tidigare nämnt positiv i de båda diskurserna även om det är tydligare och mer markant i utseendediskursen. *Huvudpoängen* är väldigt tydlig i utseendediskursen då rubriken ofta klargör direkt vad artikeln handlar om och i och med de relativt korta artiklarna hinner budskapet inte lindas in. Det är inte riktigt lika tydligt i hälsodiskursen då hela artikeln oftast behöver läsas innan en huvudpoäng kan uppfattas. Däremot är det inte heller möjligt att

säga att poängen lindas in, den är dock inte lika tydlig. En källa behöver ha *trovärdighet* och Hälsa & Fitness som trovärdig källa kan diskuteras. Beroende på vem som läser magasinet kommer trovärdigheten variera, men då de väldigt sällan använder sig av källa med tillhörande referens eller att det ibland inte ens finns en angiven skribent för artiklarna så sänks trovärdigheten. *Målgruppens behov* ska uppfyllas och det lyckas magasinet med till stor del då de använder ord som vänder sig direkt till läsaren. Det ger läsaren en känsla av att budskapet handlar om dem själva. Överlag så uppfyller magasinet dessa punkter till stor del. De kritiska aspekterna är dock konsistens och trovärdighet. Att trovärdigheten bör betraktas med kritiska ögon beror på att just ett träningsmagasin inte bör ses som en primär hälsoinformatör

Slutsatser

Både utseende- och hälsodiskursen använder sig av likartade strategier för att skapa deras verklighet och nå fram till läsarna. Utseendediskursens strategi skiljer sig till viss del från hälsodiskursen då den tillämpar strategin mer genomgående och mer extremt i artiklarna. Genom att använda dess extrema och till viss del osynliga strategier kan budskapen nå ut till läsaren, vilket även tidigare forskning visar att de gör. Därmed kan det vara lämpligt för framtida forskning att studera ytterligare hur dessa diskurser påverkar läsarna och till vilken utsträckning råd och anvisningar följs. Det för att på så sätt kunna förändra hur media framställer träning, hälsa och utseendeideal. För professionen är det viktigt att veta vilka strategier media använder sig av i förmedling av budskap för att kunna förändra och påverka. Befintliga ideal behöver elimineras för att förändra massmedias bild av träning och hälsa, samt konsekvenserna som det medför. Det är av betydelse att utveckla kritiskt tänkande i hälsopromotionsrollen för att kunna resonera kring klienters kunskap som de kan ha erhållit från exempelvis media. För att på så sätt kunna vägleda klienten. Att ha en insikt i medias arbets sätt, som är en stor arena vad gäller tränings- och hälsobudskap, ökar förståelsen för deras påverkan på individen och det är utifrån individen arbetet behöver ske.

Referenser

Beck, J. S., & Fandrich, M. A. (2012). Powerless Language in Health Media: The Influence of Biological Sex and Magazine Type on Health Language. *Communication Studies*, 63 (1), 36-53.

Bergström, G., & Boréus, K. (2012). *Textens mening och makt: Metodbok i samhällsvetenskaplig text- och diskursanalys*. Lund: Studentlitteratur.

Botta, A. R. (2003). For Your Health? The Relationship Between Magazine Reading and Adolescent's Body Image and Eating Disturbances. *Sex Roles*, 48 (9/10), 389-399.

Brülde, B. & Tengland, P-A. (2003). *Hälsa och Sjukdom- en begreppslig utredning*. Lund: Studentlitteratur AB.

Bryman, A. (2011). *Samhällsvetenskapliga metoder*. Malmö: Liber AB.

Börjesson, M. (2003) *Diskurser och konstruktioner en sorts metodbok*. Lund: Studentlitteratur.

Börjesson, M., & Palmblad, E. (2007). *Diskursanalys i praktiken*. Ljubljana: Liber AB.

Denscombe, M. (2009). *Forskningshandboken- för småskaliga forskningsprojekt inom samhällsvetenskaperna*. Lund: Studentlitteratur.

Dimbleby, R., & Burton, G. (1998). *Kommunikation är mer än ord*. Lund: Studentlitteratur.

Eskes, B. T., Duncan, C. M., & Miller, M. E. (1998) The discourse of empowerment: Foucault, Marcuse and women's fitness texts. *Journal of sport & social issues*, 22, 317-344. doi: 10.1177/019372398022003006

Fairclough, N. (2001). *Language and power*. Harlow: Pearson education Limited.

Fairclough, N. (2004). *Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research*. London: Routledge.

Jarlbro, G. (2010). *Hälsokommunikation- en introduktion*. Lund: Studentlitteratur.

Kennedy, E., & Pappa, E. (2011). *Love your body? The discursive construction of exercise in women's lifestyle and fitness magazines*. Women and exercise: The body, health and consumerism. New York.

Kirkman, A., (2001). Productive Readings: The Portrayal of Health "Experts" in Women's Magazines. *Qualitative Health Research*, 11 (6), 751-765. doi: 10.1177/104973230101100605

Korp, P. (2004). *Hälsopromotion*. Lund: Studentlitteratur.

Livsmedelsverket (2013). *Rekommendationer om fysisk aktivitet*. Hämtad 2013-04-05 från <http://www.slv.se/sv/grupp1/Mat-och-naring/Svenska-narings-rekommendationer/Rekommendationer-om-fysisk-aktivitet/>

Medin, J. & Alexandersson, K. (2000). *Begreppen Hälsa och hälsofrämjande - en litteraturstudie*. Lund: Studentlitteratur.

Nationalencyklopedin. (2013). *Hälsa*. Hämtad 2013-04-17 från <http://www.ne.se/lang/h%C3%A4lsa>

Nationalencyklopedin. (2013). *Magasin*. Hämtad 2013-04-15 från <http://www.ne.se/lang/magasin/248288>

Nationalencyklopedin. (2013). *Massmedier*. Hämtad 2013-04-30 från <http://www.ne.se/enkel/massmedier>

Nationalencyklopedin. (2013). *Träning*. Hämtad 2013-04-12 från <http://www.ne.se/lang/tr%C3%A4ning>

Nilsson, B., & Waldemarson, A-K. (2007). *Kommunikation Samspel mellan människor*. Pozkal: Studentlitteratur AB.

Patel, R. & Davidsson, B. (2003). *Forskningsmetodikens grunder. Att planera, genomföra och rapportera en undersökning*. Lund: Studentlitteratur.

Roy, C. S. (2008). Taking charge of your health: discourses of responsibility in English-Canadian women's magazines. *Sociology of Health & Illness*, 30 (3), 463-477. doi: 10.1111/j.1467-9566.2007.01066.x

Sandberg, H. (2004). *Medier och fetma: en analys av vikt* (Doktorsavhandling, Lund Studies in Media and Communication, 8). Lund: Sociologiska institutionen. Hämtad 2013-04-04 från <http://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordId=21669&fileId=632926>

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

Statens folkhälsoinstitut. (2013). *Vad är hälsa?* Hämtad 2013-04-17 från <http://www.fhi.se/Handbocker/Seniorguiden/Fakta-om-halsosamt-aldrande/Halsa-vad-ar-det/>

Vetenskapsrådet. (2002). *Forskningsetiska principer: inom humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning*. Stockholm: Elanders Gotab.

Wakefield, M. A., Loken, B. & Hornik, R. C. (2010). Use of mass media campaigns to change health behavior. *Lancet*, 376 (9), 1261-1271.

Wenneberg, S. B. (2010). *Socialkonstruktivism - propositioner, problem och perspektiv*. Liber AB

Winther Jørgensen, M. & Phillips, L. (2000). *Diskursanalys som teori och metod*. Studentlitteratur: Lund.

World Health Organization. (2013). *WHO definition of Health*. Hämtad 2013-04-15 från <http://www.who.int/about/definition/en/print.html>

Bilaga

Kategorier:

• **Utseende**

- *Morgongympa*. Nr 4-12. s. 24-25
- *Träning med baktankar!* Nr 4-12. s 80-81.
- *Trimma midjan*. Nr 5-12. s. 78-79.
- *Slå ett slag för drömformen*. Nr 5-12 s. 82-86.
- *Stress försämrar dina träningsresultat*. Nr. 5-12, s 77.
- *Skaffa knockout-kroppen*. Nr. 6-12, s. 22-23.
- *Få fason på magen*. Nr. 6-12, s. 28-29.
- *Avundsvärda axlar*. Nr. 6-12, s. 72-73.
- *Minibootcamp*. Nr. 6-12, s. 74-77.
- *Maxa din träning med motståndsband*. Nr. 7-12, s. 24-25.
- *Tona triceps*. Nr. 7-12, s. 72-73.
- *Kom i favoritjeansen!* Nr. 7-12, s. 74-78.
- *Snygga vader på 4 veckor*, Nr. 8-12, s. 78-79.
- *Trimma midjan*, Nr. 1-13, s. 74-75.
- *Stark Underkropp*, Nr. 1-13, s. 76-80.
- *Trappträning*, Nr. 2-13, s. 24-25.
- *Boosta bysten*, Nr. 2-13, s. 78-79.
- *Funktionell träning som funkar*, Nr. 2-13, s. 80-85.
- *Slå ett slag för formen*, Nr. 3-13, s. 22- 23.
- *Välsvarvade ben*, Nr. 3-13, s. 78-79.
- *Bli Crossfit hemma*, Nr. 4-13, s. 82-86.
- *Avundsvärda armar*, Nr. 5-13, s. 82-83.
- *Stark & Slank med tyngre vikter*, Nr. 5-13, s. 86-90.

• **Hälsa**

- *Träna och stärk skelettet för resten av livet*. Nr. 4-12, s.16
- *Skydda ditt immunförsvar*. Nr. 4-12, s 16.
- *Träna och stärk ditt immunförsvar*. Nr. 4-12. s. 82-85 .
- *Pigg och nöjd av rörlighetsträning*. Nr. 5-12, s.16.
- *Vikterna först*. Nr. 6-12, s. 15.
- *Upp på sadeln*. Nr. 6-12, s.71
- *Släpp fram barnet inom dig*. Nr. 7-12, s. 71.
- *Spring för livet!* Nr. 8-12, s. 16.
- *Ett friskare hjärta*, Nr. 1-13, s. 15.
- *Sträck ut och slappna av*, Nr. 1-13, s. 28-29.
- *Sätt fart!* Nr. 2-13, s. 77.
- *Du håller väl takten?* Nr. 3-13, s. 16.
- *Hitta balansen!* Nr. 5-13, s. 26-27.

• **Kändisar**

- *Emma Green Tregaro: Träningen är mitt liv!* Nr 4-12, s. 17-19.
- *Emma Wiklund: Jag prioriterar träningen!* Nr 5-12, s.18-21.
- *Så tränar kändisarna.* Nr. 5-12 s. 29.
- *Stjärntoppa formen.* Nr. 6-12, s. 17-21.
- *Charlotte Perrelli är i sitt livs form: Motivation är allt!* Nr. 7-12, s. 18-21.
- *Jag går "all-in" när jag tränar!* Nr. 8-12, s. 18-21.
- *Så tränar kändisarna,* Nr. 8-12, s. 23.
- *Fixa drömkroppen med Sofie,* Nr. 8-12, s. 82-85.
- *Beto Perez: Superstjärna -av en slump,* Nr. 1-13, s. 18-21.
- *Coola Charlotte Kalla: det ska göra ont att vara elitidrottare!* Nr. 2-13, s. 18-21.
- *Succebloggaren och supermamman Olga Rönnberg: Träna smartare, inte längre!* Nr, 3-13, s. 18-21.
- *Laila Bagge Wahlgren om sin jakt på drömformen,* Nr. 4-13, s. 18-21.
- *Jessica Almenäs: Jag skulle inte kunna leva utan min träning,* Nr. 5-13, s. 22-24.
- *Så tränar kändisarna,* Nr. 5-13, s. 34-35.

• **Träningsrend**

- *Bränn fett på nytt sätt med hypoxi!* Nr. 4-12, s.28-29.
- *Znyggare med Zumba.* Nr. 5-12, s. 26-27.
- *Gymmet har flyttat ut!* Nr. 6-12, s. 79-81.
- *Bachattention- ny träningsform för danssugna!* Nr. 7-12, s. 26.
- *Snurra till det!* Nr. 1-13, s. 26-27.
- *Nya stenhårda Pilatesträningen,* Nr. 2-13, s. 26-29.
- *Närkontakt av svettigaste graden,* Nr. 2-13, s. 30-31.
- *Hitta rätt Yoga för dig,* Nr. 3-13, s. 27- 29.
- *Träna på halva tiden!* Nr. 3-13, s. 86-87.
- *Kort och intensivt funkar bäst!* Nr. 4-13, s. 16.
- *Spinn på tillvaron!* Nr. 5-13, s. 28-29.

• **Sakkunnig**

- *Vi tar pulsen på Dorotka Baburin.* Nr. 5-12, s.95.
- *Vi tar pulsen på Leon Hobro.* Nr. 6-12, s. 87.
- *Ett motionerande folk.* Nr. 7-12, s. 15.
- *Maximera din efterförbränning.* Nr. 7-12, s. 80.
- *Kom igång och träna smart!* Nr. 7-12, s. 82-83.
- *Vi tar pulsen på Emma Johansson.* Nr. 7-12, s. 95.
- *Meditation gör dig till en bättre löpare,* Nr. 8-12, s. 15.
- *Vi tar pulsen på Oscar Jöback,* Nr. 8-12, s. 93.
- *Populärt att plugga in,* Nr. 1-13, s. 16.
- *10 Snabba frågor till Jarkko Kortelainen,* Nr. 1-13, s. 23.
- *Simma Lugnt!* Nr. 1-13, s. 73.

- *Vi tar pulsen på Sabina Dalbjäll*, Nr. 1-13, s. 91.
- *Se upp med överträning*, Nr. 2-13, s. 15.
- *Vi tar pulsen på Åsa Engman*, Nr. 2-13, s. 95.
- *4 anledningar till att dina magmuskler inte jobbar*, Nr. 3-13, s. 30-31.
- *Vi tar pulsen på Elin Hansson*, Nr. 3-13, s. 94.
- *Vi tar pulsen på Terese Alvé*n, Nr. 4-13, s. 94-95.
- *Vi tar pulsen på Ulrica Norberg*, Nr. 5-13, s. 94-95.

• Övrigt

- *Ta din gymträning till nästa nivå*. Nr. 4-12. s 15.
- *5 saker du inte ska göra på gymmet*. Nr. 4-12. s. 21.
- *Träna framför TV:n*. Nr. 5-12. s 24-25.
- *4 intervallpass för högre tempo och effektivare träning*. Nr 5.12 s. 90-91.
- *Fyll på med vätska* Nr. 6-12, s.16
- *Coola ner dig*. Nr. 7-12, s.16
- *Spöa din pojkvän på gymmet*. Nr. 7-12, s. 28-29.
- *Klicka hem gymmet!* Nr 7-12, s. 30-31.
- *Träna dig till bättre sex*, Nr. 8-12, s. 24-25.
- *Hitta drömformen med en PT online*, Nr. 8-12, s. 28-29.
- *Vinterlöpning*, Nr. 8-12, s. 89.
- *Zumba fitness Concert – en deltagares upplevelse*, Nr. 1-13, s. 92-93.
- *Träning är bästa värktabletten!* Nr. 2-13. s. 16.
- *Sulor som gjutna för dina fötter*, Nr. 2-13, s. 85.
- *Heta hits*, Nr. 3-13, s. 15.
- *Låt det goda rulla*, Nr. 3-13, s. 80-84.
- *Ju mer vi är tillsammans*, Nr. 3-13, s. 90-91.
- *Kompiskomplimanger*, Nr. 4-13, s. 15.
- *Träna på Studs!* Nr. 4-13, s. 24-25.
- *Peppande statusuppdateringar*. Nr. 5-13, s. 19.
- *Är du född till att träna?* Nr. 5-13, s. 30-32.