



GÖTEBORGS UNIVERSITET
Institutionen för kulturvetenskaper

Vikt, utseende och livsstil

Budskap i ViktVäktarnas medlemsmaterial

Sandra Thörnqvist
Kandidatuppsats i etnologi
15 hp, HT 2014
Handledare: Lisa Wiklund
Examinator: Kerstin Gunnemark

Göteborgs Universitet
Institutionen för kulturvetenskaper
Box 200
SE-405 30 Göteborg

Denna uppsats är allmän och offentlig handling.
Författaren har upphovsrätten och uppsatsen får inte
Begagnas annat än för enskilt bruk utan författarens tillstånd.

Abstract

In my study of WeightWatchers I have focused on WeightWatchers Sweden and their membership material in aspects of lifestyle, individual acts and planning during two periods, 1980-1990 and 2000-2011. I have also analyzed the material according to messages about gender, generation, class and ethnicity. I have analyzed the material that is handed out in meetings and compared it over the periods of time. The literature I have used in reflections and analyses is mainly Anthony Giddens Modernity and self-identity. Self and society in the late modern age, 1999. I have also used Helena Sandbergs Medier och fetma, 2004, and Gullan Skölds Från moder till samhällsvarelse, 1998, to make a connection to how overweight is pictured in Swedish research.

The conclusion is that decisions to lose weight make an impact on other aspects of life; such as lifestyle, life planning and strategies according to those aspects and all regarding the individuals' thriving after meaning and power in life according to lifestyle and lifeplanning. Regimes, commodifying and gender is put in a context of how time and events have an impact on weight losing and the individuals' project of its self. The message is told in a timeless way and it is recognizable regardless to year.

This conclusion poses questions about how the message about lifestyle, lifeplanning, gender, generation, class and ethnicity is formulated in Sweden and other countries that could be the ground for a more thorough study.

Keywords: ViktVäktarna, WeightWatchers, genus, generation, klass, etnicitet, livsstil, livsplan, regim, kommodifiering.

Innehållsförteckning

Abstract	2
Innehållsförteckning	3
1. Inledning	4
1.1. Ämnesval.....	5
1.2. Syfte	5
1.3. Frågeställning	6
1.4. Avgränsningar	6
1.5. Teoretiska aspekter.....	7
1.6. Tidigare forskning	8
2. Metod och material	11
2.2. Reflexivitet	11
2.3. Disposition	11
2.4. ViktVäktarnas historia – allmän bakgrund.....	11
2.5. Viktväktarnas start i Sverige	12
2.6. Medlemsmaterial	13
3. Resultat och analys	14
3.1. Självs är bäste dräng?	14
3.2. Jämförelse bild och text.....	14
3.2.1 Bild och text	14
3.2.2. Textinnehåll.....	14
3.2.3. Bildinnehåll och attraktivitet.....	15
3.2.4. Beskrivning av förändring.....	16
3.3. Självhjälplitteratur och expertröster	16
3.4. Regimer	17
3.5. Livsstil.....	18
3.6. Kommodifiering	18
3.7. Identitet, ångest, makt och reflexivitet	19
3.8. Livsplanering.....	20
3.9. Genus, generation, klass och etnicitet	22
4. Slutdiskussion	25
5. Referenser	30
5.1. Otryckta källor.....	30
5.2. Tryckta källor	30

1. Inledning

Människors vardag och hur den hanteras världen över har såväl skillnader som likheter. Mat och måltider är ofta det som för traditioner och tecken på tillhörighet vidare och tillmäts större eller mindre värde. Hur råvaror hanteras vid slakt eller vilka råvaror eller rätter som är betydelsefulla vid firandet av högtider som t ex jul eller minnesdagar i livet som t ex bröllop är tecken och uttryck för det som är normerande. (Abrahamsson 1999:192). Det som skiljer är hur man hanterar dessa områden såväl som individ som på gruppnivå oavsett om det är i familjen eller på samhällsnivå. I vår tid tillkommer också snabb informationsspridning vilket gör att såväl kunskap som värderingsbaserad information (däribland skvaller) sprids snabbt mellan grupper och individer. Människors utseende och vilka uttryck utseendet tar sig har en stor spridning, men också genom snabb och lättillgänglig informationsspridning kan samma budskap nå många individer med olika bakgrund vad det gäller skiftande områden som kultur, etnicitet, social tillhörighet och kön. (Abrahamsson 1999:192). Rent konkret betyder det att recept eller användning av livsmedel kan spridas till många individer på kort tid. Hur detta används kan vara beroende av kulturella skillnader, social tillhörighet eller tillgång på ingredienser eller något annat som relaterar till detta. Begreppen hälsa och ohälsa kan variera över tid och kultur och ses på olika sätt. Information om hälsa, behandling av ohälsa och förebyggande av detta sprids också snabbt och ökar kunskapsbasen inom stora områden. Mat har i många fall också en känslomässig koppling som t ex ”mammans köttbullar”, men också ofta en koppling till religion och religiösa uttryck och riter där t ex påskens fasta i den kristna religionen är ett exempel. Utseende och koppling till kultur, etnicitet, social tillhörighet och inte minst ålder och kön är tydligt i många olika sammanhang och normerna kring detta är starkt uttalade. (Abrahamsson 1999:192).

Idag är ungefär hälften av världens befolkning överviktig eller fet vilket för mindre än hundra år sedan hade varit en utopisk siffra (The Lancet 2014). Under nittonhundratalet och då främst den senare delen har överviktsproblematiken vuxit och omfattar nu alla kontinenter och de flesta länder i världen. Det finns olika teorier om vad detta beror på, men den främsta orsaken är tillgången på energität föda. Under de senaste trettio åren har också ett stort intresse för mat och matlagning vuxit fram vilket visar sig i mängder av kock-, matlagnings- och bakningstävlingar för såväl amatörer som professionella. En följd av detta är mängder av matlagningsreportage, kokböcker och tv-program. Parallellt med detta har viktproblemen ökat och därmed också olika sätt att få bukt med detta vilket i sin tur genererat mängder av kokböcker, strategier, träningsformer, tv-program m m. Människor använder sig av dessa

metoder för att få bukt med sin övervikt och samtidigt har vetenskapens viktrekommendationer minskat under de senaste femtio åren. Det blir tydligt att det är två områden som samverkar och motverkar varandra och som existerar i ett symbiosliknande förhållande. Något som människor måste hantera och som också ofta sätts i samband med livsstil och värderingar kopplade till hur man kan eller ska leva.

Socioekonomiska faktorer påverkar vikt och torde då också påverka hur man väljer att hantera övervikt och viktninskning. En individ som vill gå ner i vikt måste ständigt uppdatera sig och ta ställning till fakta och nyheter vad det gäller medicinsk kunskap, trender och produkter. Symbiosen eldar på konsumtionen av dessa produkter m m och skapar stora ekonomiska värden och vinster. Små förändringar i utbud eller i forskningsrön ger effekter som gör att konsumtionen förändras, förnyas och uppdateras och ger i förlängningen ännu fler och större vinster. Vad är det som gör att det är möjligt och vilka mekanismer finns? Huskurer av olika slag förekommer över hela världen och är ibland verksamma och ibland inte, men visar på att människor försöker att uppnå hälso- och/eller känslolägen genom något genom en aktiv handling, nämligen – att äta. I min studie kommer jag att fokusera på ideal som är kopplade till viktninskning.

1.1. Ämnesval

Det finns klar och tydlig koppling mellan viktninskning och mat, hälsa, utseende och därmed till det område som kan benämnas viktninskningensindustrin. Kopplingen mellan mat, social interaktion, hälsoaspekter, utseende och annat som t ex framgång, status, och normer är inte alltid tydlig, men likafullt ständigt närvarande. Ideal och normer, påverkas och förändras av ny kunskap och nya influenser. Jag har valt att närmare studera ViktVäktarna som är en del av viktninskningensindustrin för att undersöka om det i deras medlemsmaterial finns andra budskap än de om metod, teknik och medicinska vinster och i så fall vilka och hur de uttrycks.

1.2. Syfte

Det finns en mängd olika viktninskningensföretag, metoder och tekniker som saluför sina produkter och tjänster. En grov indelning är att det finns företag vars verksamhet förutsätter personlig kontakt, medan andra förutsätter en internetbaserad kontakt, och i ytterligare en grupp finns produkter som syftar till självhjälp för individen genom produkter eller metoder. Den första gruppen innebär medlemskap och personlig kontakt mellan kund och säljare. Den andra gruppen är nätbaserade företag som också oftast innebär medlemskap, men där det finns en nätbaserad feedback mellan kund och företag. Den tredje gruppen är självhjälpslitteratur i

form av antingen böcker, tidningar eller nätbaserad och gratis webbsiter eller de preparat man kan köpa i livsmedelsaffärer, hälsokostaffärer eller apotek.

Jag har valt att närmare studera ViktVäktarna i Sverige eftersom de dels har funnits längst i Sverige av de företag som nu är verksamma, men också för att de som företag har medlemskap med personlig kontakt, nätbaserat medlemskap och egna produkter som saluförs. I viktminskningsfären finns mängder av produkter och miljöer kopplade till vikt, välbefinnande och hälsa. Dagligen kan konsumenter möta artiklar och marknadsföring kring vikt och det som hör till viktminskning och/eller hälsa. Ofta under samma typ av signaler och uttryck som gör budskapet lätt igenkänningsbart och tydligt för konsumenter.

Syftet är att undersöka vilka budskap kring vikt, utseende och livsstil som återfinns i ViktVäktarnas medlemsmaterial och närmare studera hur materialets information till läsaren visar på möjlig utveckling av livsstil och livsföring vilket hjälper individen att ta rätt val och beslut att genomföra en förändring.

1.3. Frågeställning

Jag har valt att göra en jämförande studie av delar av ViktVäktarnas medlemsmaterial över tid. Det material jag har undersökt är från 1980-1990 och från 2000-2011. Materialet är under perioderna i stort sett producerat på ett likartat sätt vad det gäller utformning, text och bild. De frågor jag valt att undersöka i texter och bilder i ViktVäktarnas medlemsmaterial är *om skillnader finns i materialet mellan 1980-tal och 2000-tal vad det gäller ämnen, rekommendationer eller bild- och textutformning vad det gäller budskap kring livsstil och val kopplade till detta? Vem är läsaren och är det märkbart i text eller bild vem som förutsätts ta del av den? Finns skillnader i uttryck och budskap mellan de undersökta tidsperioderna?*

1.4. Avgränsningar

Materialet jag valt att undersöka är det material som ViktVäktarnas medlemmar får i handen vid invägningen varje vecka. ViktVäktarna har funnits i Sverige sedan 1972 och haft skriftligt material sedan starten. Inför undersökningen kontaktade jag ViktVäktarna för att om möjligt få tillgång till material genom dem. Sverigeansvariga Karin Nileskog meddelade mig att man tyvärr inte har material kvar i någon större utsträckning och dessutom inte samlat på ett och samma ställe och kunde därför inte tillhandahålla material i någon större omfattning. Jag kontaktade då Kungliga Biblioteket i Stockholm som meddelade att ViktVäktarnas material

finns på avdelningen för vardagstryck och kan tillhandahållas efter beställning. Jag beställde fram allt material från 1970-talet och fram till dags dato. När jag besökte Kungliga Biblioteket för att studera materialet visade det sig att det material som finns är under perioderna 1980-1990 och 2000-2011. Material från 1970-talet och 1990-talet finns inte i samlingarna och det är oklart om det förkommit eller möjligtvis tryckts utomlands. Jag har därför valt att huvudsakligen undersöka veckoskrifterna, men från tidigare delen av 1980-talet också introduktionsmaterial och informationsbrev för att få en så likartad grund i material som möjligt. Eftersom material från 1970- och 1990-talet saknas har jag intervjuat Karin Nileskog, ViktVaktarna, för att få kompletterande information om de tidsperioderna.

1.5. Teoretiska aspekter

Som utgångspunkt i min studie och analys har jag använt mig av Anthony Giddens Modernitet och självidentitet – Självet och samhället i den senmoderna epoken (1999). De nyckelbegrepp han använder sig av berör hur människor i vår samtid strävar efter att få struktur och mening i sina liv såväl individuellt som i samklang med andra individer på olika gruppnivåer i samhället. Anthony Giddens är sociolog och söker förklaringsmodeller utifrån hur människor hanterar sina liv utifrån den förändrade samhällsstruktur som vuxit fram under den senmoderna tiden. Giddens visar på hur traditioner successivt har minskat inflytande i människors liv och att man då söker andra strukturer att orientera utifrån. Avsaknaden av traditioner skapar valmöjligheter, men som också blir nödvändiga krav och skyldighet att välja olika handlingar och inriktningar. Att inte välja blir då också ett val. Det som väljs är framför allt livsstil, men också de handlingar som bygger livsstilen. Begreppet livsstil är dock långt från det som i populärpress glättat brukar benämnas livsstil. De handlingar som upprätthåller och bygger livsstilen kallar Giddens regimer och dessa kan förekomma inom olika områden som t ex matvanor eller klädsel. Regimen är de handlingar som individen väljer för att bygga och upprätthålla livsstilen. Eftersom individen har mindre möjlighet att förlita sig på det självklara och beprövade som traditioner erbjuder söker man något att navigera efter. Det som traditioner erbjuder är påbud om hur man ska förhålla sig till handlingar och ting och i avsaknad av detta måste man på egen hand ta ställning för hur man vill agera. Detta innebär enligt Giddens att den senmoderna människan skapar sitt själv och sin identitet i en ständigt pågående reflexivitet. En ständig dialog och ständiga val inom varje individ ger valfrihet, men också en ständig ångest som måste stillas. Eftersom inte det självklara i traditioner finns söker man svar och förhållningssätt någon annanstans vilket öppnar upp för expertrollen. Människan söker någon att lyssna till, men också någon form av

manual att agera utefter vilket Giddens benämner självhjälpslitteratur. I självhjälpslitteraturen finns manualen genom expertens röst (Giddens 1999:234). Denna hjälper individen att skapa och hålla regimerna som i sin tur skapar och håller livsstilen. Manualen ger individen ansvar för handlingar och effekter av dessa oavsett om resultatet är det önskade eller inte. Giddens talar också om kommodifiering vilket innebär omvandlingen av handlingar och beteende till varor, t ex vad det gäller utseende eller livsstil (Giddens 1999:236). Konkret innebär det att individen upplever att man väljer och köper sin regim eller livsstil. Regimer och livsstil är utbytbara som vilken vara som helst och det innebär att man kan välja bort och välja nytt på ett sätt som inte är möjligt i ett samhälle som bygger på traditioner. Traditioner tvingar individer och grupper till vissa mönster, medan individen inte kan påtvinga sin livsstil och livsplanering på någon annan. Traditioner erbjuder en trygghet då man vet vilka förutsättningar som gäller och vad som blir utfallet av handlingar och förväntan på vad individen gör ger minskad handlingsfrihet. Enligt Giddens söker individen förutsägbarhet och den trygghet det ger och gör därför sin livsplanering. Giddens menar att det blir en nödvändighet för individen för att få den struktur och därmed minskad ångest för att kunna upprätthålla sin identitet, livsstil och regim. Giddens sätter människors liv utifrån resonemangen om självet och kroppen satt i relation till samhället. Självet och människors strävan att skapa meningsfullhet i sina liv utifrån att kropp och identitet smält samman till en enhet där kropp och självförverkligande är en bit och som är dels ett medel, men också ett mål vad det gäller livsstil. I min analys utgår jag från Giddens teorier.

1.6. Tidigare forskning

Jag har inte funnit någon tidigare undersökning eller studie med inriktning på andra budskap än viktminskning i ViktVäktarnas verksamhet. Däremot har jag funnit en mängd litteratur som behandlar och undersöker vikt, viktreduktion, bantning, kosmetiskt perspektiv och social acceptans i relation till enskilda individer och grupper och merparten kommer från USA. Forskning som anknyter till vikt och viktminskning finns ofta inom medicin, media, sociologi eller feminism. Jag har främst använt mig av litteratur som *Medier och fetma* av Helena Sandberg (2004) och *Från moder till samhällsvarelse* av Gullan Sköld (1998) för att få en bakgrund till ämnet och också en förankring i svenska, massmediala texter.

I *Medier och fetma* (Sandberg 2004) görs såväl en kvantitativ som en kvalitativ innehållsanalys av fyra dagstidningar som täcker olika delar av Sverige: *Aftonbladet*, *Dagens Nyheter*, *Helsingborgs Dagblad* och *Västerbotten-Kuriren*. Analysen omfattar närmare 2000

artiklar publicerade under 1997-2001 där närmare hälften av materialet kommer från Aftonbladet. Enligt Sandberg är övervikt ett undervärderat samhällsproblem och ser det som problematiskt att det ingår i kategorin underhållning i den svenska rapporteringen. Övervikt är ofta klassrelaterat och en del av det hon betecknar som hörande till underhållning har läsare som är lågutbildade. Sandberg visar på att nyhetsrapporteringen kring övervikt kan delas in i tre områden:

- Övervikt som hälsorisk
- Övervikt som ett kosmetiskt dilemma
- Metaforer och liknelser

I det dagstidningsmaterial som analyserats framkommer ständiga motsägelsefulla budskap som förvirrar läsarna t ex bristen på definition av övervikt, men också vad man bör eller inte bör äta. Övervikt representerar ofta på bristande karaktär, kunskap, relationer eller sex och där överviktiga stigmatiseras utifrån normer. I materialet kommer också genusdimensioner fram som visar på att den manliga kroppen är ”privat” medan den kvinnliga är allmän, att överviktiga män framställs som sympatiska och okunniga medan överviktiga kvinnor ofta framställs som motbjudande. Framställningen är också stereotyp gjord där kvinnor har ansvar för hemmet och det som hör till det, medan männen hör till det offentliga dvs arbetsliv. De texter som analyserats visar på olika typer av framgång, dvs. hur en överviktig individ lyckas gå ner i vikt och hur det varit möjligt och vad resultatet blivit. Framställningen kopplar Sandberg till könens olika möjligheter till maktutövning där männen uppehåller sig i den offentliga världen och kvinnors möjlighet att utöva makt är över den egna kroppen och vikten. Därmed ger det att dagstidningarna bidrar till stereotypa roller och könsmaktsordning och där Sandberg gärna skulle se att medicinare och journalister skulle börja samarbeta. Medicinerna är teoretiska medan journalister som skriver om området ligger i två områden – vetenskap och underhållning – vilket innebär svårigheter i rapporteringen. Detta tangerar mina egna tankar kring ViktVäktarnas material där hälsoaspekten poängteras, men där framför allt den kosmetiska aspekten lyfts fram. ViktVäktarnas medlemsmaterial som distribueras på veckomöten är professionellt utformade och skrivna häften och broschyrer och jag tror att det kan finnas likheter mellan medlemmarnas veckomaterial och det som återfinns i dagspressen.

I Från moder till samhällsvarelse (Sköld 1998) analyseras hur liv, arbete och familj formuleras och hur kvinnor och män skildras i veckotidningen Året Runt under perioden 1955-1995. Traditionella roller i olika funktioner som framgångshistorier, goda och dåliga exempel, familjeliv och samhällsliv, analyseras under en tidsperiod av fyrtio år vilket gör att

man kan se en utveckling i materialet, men också förändring i synen på kvinnor och män, privatliv och samhällsliv och olika ingångar på dessa ämnen utifrån såväl tidsperspektiv som tidlöshet, dvs vissa frågor består under perioden. Författaren har själv ett långt yrkesliv som journalist på just Året Runt och känner yrkesmässigt väl till materialet. Hon är väl medveten om att kunskapen färgar henne, men intresserar sig också för det utifrån ett vetenskapligt perspektiv. Hon hävdar också att Året Runt var en familjetidning och att läsarna var ca 40+. Eftersom min egen undersökning gör tidsmässiga nerslag under en tidsperiod av dryga trettiofem år är det intressant att se en jämförelse över tid kan göras av ViktVäktarnas material. Och som författaren skriver i epilogen ”Goda berättelser är också mänskliga möten”.

”Under de 40 år som min studie avser har kvinnor färdats från intimsfären till den offentliga sfären. Resan har inte varit spikrak, utan präglats av ryckvisa framflyttningar och tillfälliga återtåg. I Årets Runts spalter har marschhastighet och färdsträckans utformning och karaktär inte alltid varit i fas med den omgivande samhällsutvecklingen. Men någon väg tillbaka från 90-talet till 50-talet gives icke – varken i verkligheten eller i Året Runt”. (Sköld 1998:356).

Liksom Gullan Sköld tolkar och analyserar jag material från två perioder och där det är möjligt att innehållet i materialet ändrar sig över tid. Likaså är det intressant att se om de beröringspunkter som tas upp i studien Medier och fetma (Sandberg 2004) gällande hälsorisker, kosmetik och metaforer står att finna i materialet. Skillnaden mellan min undersökning och Skölds och Sandbergs är att deras material omfattar veckopress och kvällstidningar, ett material som nästan vem som helst lätt kan komma i kontakt med. Mitt material är inte lika lätt att komma i kontakt med utan vänder sig till människor som gjort ett aktivt val och tagit ställning till medlemskapet hos ViktVäktarna. Organisationen har också ett särskilt syfte – nämligen viktninskning.

2. Metod och material

2.1. Metod

Jag har valt att som metod använda mig av jämförande analys av text och bild och de budskap som finns. För att få en bakgrund till materialets utformning och för att få möjlighet att få svar på frågor som väckts vid genomgång av materialet har jag intervjuat Karin Nileskog, ViktVäktarnas Sverigeansvariga som har erfarenhet och kunskap om verksamheten i Sverige sedan starten och vilket inte är dokumenterat sedan tidigare. Förhoppningen var att få svar om materialet som inte kan besvaras genom jämförelser. För att göra en jämförande analys har jag analyserat text och bild

2.2. Reflexivitet

Materialet som ingår i undersökningen är utvalt för att kunna jämföras med varandra vad det gäller budskap, innehåll och layout. Jag har inte kunnat påverka materialet på annat sätt än att jag valt det. Min tolkning av materialet har jag försökt styra genom att ha strukturerade frågor i analysen och ta i beaktande etnologiska begrepp. Jag har tidigare kännedom och kunskap om ViktVäktarnas verksamhet genom släkt, vänner, arbetskamrater och genom perioder av eget medlemskap. Materialet är på så vis inte nytt för mig, men tidigare har jag inte tolkat och analyserat utan konsumerat. Förtrogenheten i materialet kan också underlätta i att hitta mönster. Givetvis påverkas tolkningen av mina egna erfarenheter och kunskaper, men troligtvis i begränsad utsträckning pga. analysen.

2.3. Disposition

I redovisningen av min undersökning ger jag en kort bakgrund över delar av ViktVäktarna och deras verksamhet i Sverige i kapitel 2. Beskrivning, tolkning och analys av materialet i kapitel 3 och sist slutdiskussion i kapitel 4 och summary i kapitel 5.

2.4. ViktVäktarnas historia – allmän bakgrund

ViktVäktarna grundades 1963 i USA av Jean Nidetch, en överviktig hemmafru som fått viktminskningsråd av sin läkare. Hon lyckades bra med viktnedgången och samlade sina väninnor en gång i veckan för att väga sig och diskutera svårigheter, underlättande faktorer och delade med sig av recept och lämpliga livsmedel. Hon lade grunden till ett program och tog fasta på att individer behöver bekräftelse när man lyckas och peppning när det inte går bra. Fokus låg mer på ett hälsosamt leverne än på viktreduktion. Konceptet höll och spred sig och blev till en affärsverksamhet som växte över hela USA och senare ut över världen.

Viktväktarna finns världen över i såväl i-länder som u-länder och uppges av dem fungera oavsett kultur. I Europa finns man i merparten av länderna, men inte i bl a Italien eller Norge som båda intressant nog har låg andel överviktiga. Viktväktarna kom till Sverige 1972 och har därmed funnits här i över 40 år och bedöms av svensk sjukvård som en bra väg till måltids- och livsstilsförändringar för överviktiga. Läkare har rekommenderat medlemskap till patienter som annars inte skulle kunna få hjälp med viktrelaterade problem genom den skattefinansierade sjukvården (www.sydsvenskan.se/vetenskap/halsa/bättre-att-gå-till-viktvaektarna-an-till-lakare/). Dietister uttrycker att det är en bra diet som rekommenderas utifrån vikttnedgång och hälsoaspekter (www.gp.se/nyheter/debatt/1.1276439-lat-lakare-skriva-ut-vikttnedgang-pa-recept). Runt om i världen genomförs varje vecka upp mot 50 000 möten, varav i Sverige ca 500.

2.5. Viktväktarnas start i Sverige

För att få fakta och bakgrund till dagens ViktVäktarmaterial intervjuade jag Karin Nileskog som är ansvarig för ViktVäktarna Sverige. Hon berättar att svenska ViktVäktarna startades 1972 av Lena Arvidsson, en bagardotter och lantbrukare, som på något sätt kommit i kontakt med amerikanska ViktVäktarna. Arbetet drevs av medarbetarnas engagemang och var i början relativt amatörmässigt. Själva etableringen gjordes genom att Lena Arvidsson började åka tåg från Landskrona till olika delar av Sverige varje vecka. Hon gick av på de olika stationer som hon passerade och erbjöd människor att vara med på ett möte. Efter hand när ViktVäktarna blev mer etablerade hittade hon ledare på samma sätt. Hon var en eldsjäl i att sprida budskapet om viktminskning enligt ViktVäktarnas koncept. Man hade inte något eget material utan hade tillstånd av WeightWatchers i USA att använda sig av materialet. Detta material användes under 1970-talet översatt, kopierat och stencilerat främst i form av råd och matlistor och som delades ut på möten. Verksamheten växte och man började producera eget material som var ganska enkelt och naivt. 1984 anlätades en reklambyrå för att få ett professionellt utformat material därefter har materialet varit enhetligt och professionellt utformat.

WeightWatchers är ett globalt företag och heter WeightWatchers i hela världen förutom i Sverige och Finland på den tiden man var etablerad där. Anledningen till att man i Sverige valde att ha det svenska namnet och vilket amerikanska WeightWatchers godkände var att den politiska opinionen hos människor var starkt emot USA i slutet av 1960-talet och under 1970-talet pga bl a Vietnamkriget och samma sak gällde i Finland. I Sverige saluförs dock en mängd produkter som t ex frysta rätter under det internationella WeightWatchers eftersom det är för kostsamt att märka om dem.

Merparten av medlemmarna är kvinnor (ca 85%) och man har försökt att marknadsföra sig till män vid ett flertal tillfällen, men kvinnodominansen består. De vanligaste medlemmarna är kvinnor mellan 35-45 år. Medlemmarna kommer vid vissa tidpunkter i livet t ex vid 25-30 år då man fått sitt första barn och de flesta medlemmarna är återkommande vid flera tillfällen i livet. Vad det gäller medlemsmaterialet så försöker man att hålla sig i ett slags ”lagomperspektiv” som ska passa alla, enligt Karin Nileskog. Man skulle gärna se män som medlemmar och har försökt att värva den gruppen. Man skulle också välkomna fler medlemmar med olika etnisk bakgrund, men kan enligt Karin inte tillhandahålla t ex tolkar. Man kan inte heller ha flera olika typer av medlemsmaterial utan försöker ha något som kan passa de flesta. Tanken slår mig att ViktVäktarnas marknadsandelar skulle växa med oanade mått om man kunde få män och människor med annan etnisk bakgrund än den svenska som medlemmar.

2.6. Medlemsmaterial

Som medlem är det tänkt att man besöker ViktVäktarna en gång i veckan och närvarar vid möten (undantag är de som endast är on-line medlemmar). Varje möte inleds med att varje besökande medlem vägs enskilt och får sin nya vikt noterad i medlemshäftet. Varje gång man förlorat tre kilo får man en guldstjärna klistrad på framsidan och vid fem kilos viktnedgång uppmärksammas man genom ett måttband och vid tio kilo ett lås. När målvikten väl är nådd får man en nyckel att hänga på låset och för varje år man håller målvikten får man en berlock i form av en stjärna. Materialet är utformat för ett långsiktigt medlemskap. Vid varje möte delas en lista ut där man kan och ska notera vad man äter och dricker. Likaså delas det ut ett eller flera häften veckomaterial som sträcker sig över tid. I materialet tas olika problem och frågeställningar upp och ska vara uppmuntrande, bekräftande och inspirerande. I häftena kan man få tips om livsmedel, tips på träning, underlättande faktorer, uppmaningar om sömn och motion, framgångshistorier, Materialet är utformat som ett kursmaterial och går man ”hela kursen” får man ett komplett studiematerial som man kan återvända till. Problemet för dem som deltar under mycket lång tid är att veckomaterialet tar slut. Materialet är utformat som specialutgåva vid t ex jul, påsk, midsommar, sommar och semester, höst m m. Häftena är oftast endast några sidor och innehållet knyter an till det som viktväktarkonsulenterna tar upp på mötet.

3. Resultat och analys

3.1. Självt är bäste dräng?

I ViktVäktarnas material finns genomgående budskap kring vad man ska uppnå och hur det ska göras. I budskapen finns också ett personligt tilltal blandat med fakta som är kortfattat formulerat, men troligtvis har medlemmarna redan kunnat ta del av det via dagspress, veckopress, nyheter eller på annat sätt eftersom det är etablerade sanningar och fakta man presenterar. ViktVäktarna har också ett utvecklat samarbete med läkare och nutritionister och har i USA en egen avdelning inriktad på forskning (ViktVäktarnas hemsida). I Giddens Modernitet och självidentitet ger han begrepp och teori till hur människor lever sina liv i vår tid. ViktVäktarnas material upplevs som redaktionell text, men med tips, råd och information som är direkt kopplat till deras produkter och material, t ex kokböcker, livsmedel eller vågar m.m. vilket ger att själva arbetet med viktnedskningen görs av individen själv. Vid genomläsning av materialet är igenkänningsgraden hög och det är sådant som de flesta har kunnat läsa i kvällspress, dagspress, veckopress och särskilt då tidningar som är inriktade på viktnedskning, hälsa och träning.

3.2. Jämförelse bild och text

3.2.1 Bild och text

Det är slående hur likt text och bild är från mitten av 1980-talet och framåt. Att det upplevs som en stor skillnad från början av 1980-talet härrör sig nog snarast från att man i början inte hade ett professionellt utformat material. Under början av 1980-talet var materialet amatörmässigt utformat och företrädesvis i svartvitt. Från det att man anlitar en reklambyrå är skillnaden mindre. En stor skillnad är recepten där det under 1980-talet finns recept som idag inte skulle vara gångbara som t ex levergryta och inkokt strömming. Å andra sidan tas inte svängarna ut i någon större utsträckning idag vad det gäller recept. I första hand är det ingredienserna som breddats genom t ex couscous, quinoa och glasnudlar, men också namnen på recepten som t ex asiatisk fisk eller indisk korvgryta.

3.2.2. Textinnehåll

I 2000-talets material nämns också mer och mer om att ta hand om sig och att kvinnor har svårt att prioritera sig själva. Likaså finns mer specialiserad information om t ex hormonet

oxytocin och D-vitamin, men också förändringar vad det gäller mat förekommer t ex text om sushi. Gullan Sköld (Sköld 1998:296) skriver om hur samhällsutvecklingen märks i Året Runts reportage och artiklar och samma sak blir märkbar i de ämnen och områden som tas upp hos ViktVäktarna. Skillnaden är att i ViktVäktarnas material är kvinnan mer samhällsvarelse än maka och mor. Den rollen kan finnas med hänvisning till att hon behöver ta en paus från maka/mor-rollen. Något som visar på att kvinnan i familjer förutsätts ta ansvaret för inköp och tillagning av mat vilket också tas upp i Näringslära för högskolan (Abrahamsson 1999:293).

3.2.3. Bildinnehåll och attraktivitet

Återkommande i ViktVäktarnas material är det som Helena Sandberg i Media och fetma (2004) kallar ”det kosmetiska dilemma”. Det formuleras inte rent ut, men bilderna visar på att vikttnedgång i mycket är en kosmetisk fråga där vinster kan göras. I bilderna förstärks det främst genom före och efterbilder, men också i bilder som visar på löpning, yoga eller annan aktivitet där alla avbildade leende och avspända, fräscha och inte röda eller svettiga. Det finns också exempel på motiverande bilder, en variant på före och efter bilder. 2011 syns Ida på bild. Den enda texten är Ida, -21 kg. Inga uppgifter om civilstånd, geografisk tillhörighet, yrke, ålder, fritidsintressen finns med. Det enda förutom bilden är namn och vikttnedgång. Bilden är tagen i en studio och bakgrunden är grå och det finns inte någonting mer än Ida där. Ida är en kvinna med något obestämd ålder, men är troligtvis mellan 20-35 år. Bilden är tagen aningen underifrån vilket gör att hon ser lång ut. Hon har långt, blont, vågigt hår. Hon bär en gråsvart spetsklänning, svarta strumpor, högklackade svarta skor med plåtå. Midjan markeras av ett brett, orange skärp och i handen har hon en liten kuvertväska. Armarna är till största delen bara och faller rätt ner. Det ena benet är aningen framför det andra. Ida tittar på oss, men ansiktsuttrycket är neutralt. Inga ansiktsuttryck, inga leenden, men däremot klädd enligt ett koncept som ofta ses i stylingprogram ifrån såväl USA som England. I bilden finns inte någon aktivitet utan kan i sitt passiva uttryck närmast liknas vid ett stilleben och den påminner om en bild från ett modereportage. Det är tydligt att det är en professionell fotograf som har tagit den. Det är en framgångsberättelse i bild som ger en mängd budskap kring genus, klass, etnicitet och generation.

3.2.4. Beskrivning av förändring

I studien Medier och fetma (Sandberg 2004) tar Sandberg upp att hon hittat en mängd liknelser och metaforer i sitt undersökta material. Samma sak återfinns i ViktVäktarna att man återkomman benämner viktnedgång som en resa. En resemetafor visar på att man färdas från en plats till en annan eller från ett tillstånd till ett annat. Det kan också betyda att man antingen enbart fokuserar på resan och inte vad som kommer sen eller att man lägger hela förändringsprocessen utanför sig själv. Man befinner sig i ett tillstånd och målet är ett annat tillstånd, så startpunkt och mål blir de hållpunkter som finns i fokus och man kan också välja att inte vara riktigt närvarande på vägen. En bild från 2010 visar en man som bär en stor resväska i famnen så att det enda som syns av honom är armar och ben. Texten frågar läsaren ”tog du med övervikten hem?” och anspelar på brutna kostvanor under semestern.

3.3. Självhjälpslitteratur och expertröster

I ViktVäktarnas material finns under såväl 1980-tal som 2000-tal ständiga uppmaningar som säger till läsaren ta tag i sin situation ”För dig som snabbt vill bli och förbli smal” (ViktVäktarna 1985). Självhjälpslitteratur ger individen möjlighet att få ett rättesnöre eller en manual för att tillägna sig den kunskap och erfarenhet man eftersträvar. Den ger information och fakta samtidigt som den ger uppgifter till läsaren. Ofta får läsaren besvara frågor i början av boken för att fastställa mönster över hur man betar sig eller vad man vill uppnå. När man läst boken och gjort övningarna avslutas den ofta med frågor eller en uppgift som visar på att man nått målet eller kunskap. Exempel på frågor och avstämning finns i materialet redan från början. (ViktVäktarna 1982). Frågorna har uppenbara svar och förstärker känslan av att man besitter en viss kunskap. Giddens menar att i den moderna tiden bleknar traditioner och gör det svårt för människor att med självklarhet följa traditionens rättesnöre (Giddens 1999:234). Den tid vi lever i har förändrats på olika sätt vilket medfört en upplevelse av stress och avsaknad av tid. För inte så länge sedan åt människor frukost, lunch och middag samt eventuellt eftermiddagskaffe. Idag finns olika dieter och snabbmatskulturen har vuxit fram. Det är inte längre självklart vad en måltid innebär så måltidstraditionen är på så sätt satt ur spel och det är därför viktigt att få assistans i att upprätta egna mönster i en gör-det-själva-anda. Från slutet av 80-talet och i materialet från 2000-talet syns också flera exempel på att viktnedgång är något som måste analyseras och förberedas noggrant för att lyckas med uppgiften. 1987 finns introduktionsskrifter och bl a en som kallas för Verktygslådan. Man introducerar också frågor för självanalys vilket ska ge t ex vilken typ av ätare man är, vad man tycker om att äta och hur och i vilket sammanhang, hur mycket av ätandet som är kopplat

till känslor, inaktivitet, stress m.m., hur man motionerar och hur man kan hantera det som frågorna sätter fokus på. Eftersom de basala behoven som näringsintag, sömn och motion blivit något som den moderna människan ständigt behöver reflektera över i frånvaro av de självklara rutiner och traditioner som tidigare fanns behövs också någon som talar om hur detta ska göras. I ViktVäktarnas material finns exempel på ersättningen för traditioner där några röster är läkare och nutritionister, men det finns också exempel på medlemmar som tillägnat sig en viss expertstatus. Dessa är medlemmar som nått sin målvikt och som berättar om sin framgång. Ofta delar de med sig av råd och tips som de tycker har fungerat för dem att nå målet. Under rubriken på skriften från 1982 står ordet Auktoriteten. Man formulerar det för att visa på auktoriteten och för att expertbudskapet ska bli tydligt. Det skänker trygghet till den reflexiva, moderna människan. Man kan tänka sig olika nivåer av kunskap där den högsta är experten, nästa är den medlem som lyckats nå sitt mål och tillägna sig kunskapen och den lägsta nivån är de medlemmar som kämpar för att uppnå sitt mål.

3.4. Regimer

”Det sätt på vilket mat och andra basala fysiska förnödenheter anskaffas kan bäst betraktas som regimer” (Giddens 1999:78)

Vilket hos ViktVäktarna ger att regimerna blir ett rättesnöre för individen att hålla sig till. Något som underlättar att vidmakthålla vissa strukturer vilket man också kan se prov på i ViktVäktarnas material där matlistor, veckomöten och medlemsblad ingår i individens Regim. I materialet poängteras gång efter annan att det är individen själv som gör jobbet och att man tillhandahåller ett program. I programmet finns recept och råd kring val av livsmedel som utlovar att bara man håller sig till dessa så når man sitt mål, dvs förlorar vikt. Giddens menar att

”Regimer är alltid delvis en fråga om individuellt inflytande och smak” (Giddens 1999:78)

vilket ger att ViktVäktarnas medlemmar troligtvis känner sig bekväma med budskapet i materialet eller i varje fall accepterar det. Det inflytande man har speglar också vilken makt man har. I de fall man inte känner sig delaktig skapar det istället ett avstånd. Regimerna blir alltså den struktur som individer lever sina liv efter och både ger en utifrån kommande struktur och något som man själv eftersträvar att ha. Just samspelet mellan de fysiologiska behoven och individens val av att tillfredsställa dessa finns påtagligt i ViktVäktarnas material där man visar på vad man kan och bör välja för att lyckas. Att välja ViktVäktarnas koncept blir därför att man väljer ett visst socialt sammanhang (Giddens 1999:79). I ViktVäktarnas

material finns inte något annat socialt eller kulturellt sammanhang än det som visas. Efter intervjun med Karin Nileskog är jag tveksam till om man över huvud taget tänker i de banorna utan tror att likriktningen snarast är ett uttryck för vilka som redan är medlemmar och vilken social och kulturell tillhörighet de som utformar materialet har och att man därmed inte ser mekanismerna identifikation, social och kulturell tillhörighet, och avstånd. De vanor individer väljer och hur de tar plats har till stor del sin förankring i identitet och självbild. Det gör att individen upprätthåller den självdisciplin som krävs för att vidmakthålla sin självbild och identitet. Kroppen blir ett uttryck för inte bara vem man är utan också för vem man vill vara. Matvanorna blir en struktur ur vilken den fysiska kroppen framträder. (Giddens 1999:79). Lyckas man inte kan ångest och skam skapas eftersom diskrepansen mellan det man eftersträvar och den man faktiskt är synlig (Giddens 1999:82).

3.5. Livsstil

Medlemskapet hos ViktVäktarna innebär inte enbart användandet av en metod utan spelar också på individens identitet och självbild. Det blir inte enbart vad och när man äter som sätts i fokus utan indikerar också en livsstilsförändring från den onyttiga, passiva till den nyttiga, smala och aktiva. Bilderna lockar med glädje och avspändhet och visar en kontrast till människors i allmänhet stressiga tillvaro. Nya mönster ska skapas genom att man aktivt väljer dessa. Giddens formulerar livsstil på följande sätt.

”En livsstil utgör ett kluster av vanor och orienteringar och bildar därmed ett slags enhet som kedjar samman möjligheter till ett mer eller mindre ordnat mönster – något som är viktigt för att bevara känslan av ontologisk trygghet. En person som hängett sig åt en speciell livsstil betraktar med nödvändighet vissa möjligheter som helt oförenliga med den. En uppfattning som också delas av dem han interagerar med. Valet eller skapandet av livsstilar påverkas dessutom av gruptryck, synliga förebilder och socioekonomiska förhållanden.” (Giddens 1999:103)

Med utgångspunkt från detta är det också lätt att förstå att ViktVäktarnas material och framtoning kan skapa avstånd om man inte känner sig bekant med de livsmedel eller de aktiviteter som syns i materialet. Identitetsfrågan hamnar i fokus istället för metoden. Under första halvan av 1980-talet fanns olika menyer som medlemmen kunde välja mellan. Olika alternativ fanns som t ex gourmetmeny, budgetmeny, eller vegetarisk meny.

3.6. Kommodifiering

I ViktVäktarnas material visar man på att man kan byta livsstil, göra nya val, och på så sätt byta ut något som inte är önskvärt eller fungerar mot något som är önskat eller fungerar. I ViktVäktarnas material från 1982 är rubriken i en annons ”Ett nytt liv. En smal sak.” På samma sätt som man köper ny soffa eller bil eller handlar råvarorna till kvällens middag kan

man köpa sig ett nytt liv, en ny livsstil. Det gör att människor i sitt dagliga liv tar mängder av beslut satta till sig själva i en ständigt pågående reflexivitet, men också att man kan tänka kring sitt liv enligt ett koncept där vissa delar inte passar och man byter ut dem till något annat. Giddens pekar på sambanden i livsstil och konsumtion där kommodifieringen av t ex livsstil och handlingar kopplade till denna ger känslan av att byta eller införskaffa de element som förstärker individens identitet (Giddens 1999:236). I detta ligger också att det är allmänt känt av ett större antal individer så att man kan se vilken ”vara” individen har valt till eller valt bort. I ViktVäktarnas material har under perioder lockats med premier, förmåner eller reducerad medlemsavgift om man värvar en medlem. Det förstärker intrycket att det är en vara som kan köpas och säljas. Under 80-talet förekom peppning i form av uppmaningar att ta med sig en vän till ViktVäktarna, röra på sig, delande av erfarenheter och historier, men i begränsad utsträckning. Under 2000-talet finns mängder av tips och råd att pyssla om sig själv, att skämma bort sig själv och att ta hand om sig själv. Texter om att kvinnor ofta har svårt att prioritera sig själva återfinns här och var och konkreta tips för att lyckas göra det. Allt med undertonen att det går att erövra på ungefär samma sätt som man kan införskaffa t ex ett klädesplagg. Bilderna förstärker känslan av vad det man som konsument skall införskaffa. I det tidiga materialet förekommer inte lika många bilder som i det senare. Bilderna på 2000-talet är oftast på mat, närbilder på grönsaker och frukt, fräscht fuktat med droppar av vatten och ibland uppskuret så att fruktköttet blottas. Bilderna väcker lusten att sätta tänderna i en mogen tomat eller smaka på en fräsch kiwi som exponeras uppförstorad. Bilderna i kombination med recepten ger en klar hänvisning om vad man ser som gångbart. På samma gång skapar det identifikation eller avstånd hos läsaren eller konsumenten. Ett material som ska säljas om och om igen till nya eller återkommande kundgrupper behöver förnyas för att bibehålla säljkraften. Även om man betänker att forskning och utveckling går framåt så är det nödvändigt för ett företag som ViktVäktarna att ständigt förnya sig vilket man också gjort kontinuerligt. Man har ändrat sitt sätt att beräkna energiinnehållet i maten. Under 1980-talet kallades den dagliga mängden grönsaker, protein, matfett för utbyten och med tillägg av kalorier som var möjliga att välja bort. Under 2000-talet pratades det om Points och ProPoints och kalorier nämns inte någonstans. För återkommande medlemmar blir programmet och materialet på så sätt ständigt förnyat.

3.7. Identitet, ångest, makt och reflexivitet

I ViktVäktarnas material finns återkommande identitetsskapande uttryck i form av bilder eller textinnehåll. Att uppnå sitt eget mål och det mål som formuleras i ViktVäktarnas skrifter

skapar en ständigt pågående inre dialog. Giddens (1999:23) menar att den senmoderna människan har ett reflexivt förhållningssätt och ständigt försöker att dämpa sin ångest och skapa trygghet genom att skapa förutsägbarhet i tillvaron (Giddens 1999:123). Reflexiviteten leder till individens frågor till sig själv (Giddens 1999:96) och mycket av ViktVäktarnas material går ut på att jaga på reflexiviteten genom att medlemmen lär sig att fråga sig själv ”vill jag det här”, ”var det värt det” och ”kan jag”, att ständigt upprätthålla dieten för att nå målet. En existentiell ångest i en reflexivitet över vem man är och vem man vill vara och med en konkret och handfast regim och rutin över hur man upprätthåller dieten fr att nå målet. Projektet kring självet har funktionen att försöka häva känslan av meningslöshet (Giddens 1999:237). Han menar också att känslan av maktlöshet är något som driver individer att försöka påverka det man kan påverka. Den egna kroppen kan man påverka vilket i extrema fall kan ses som bl a anorexia nervosa. Projektet med kroppen och vikten blir då ett tecken på vilken makt man har åtminstone över den och i förlängningen hur lyckad man är, dvs. om man nått och bibehållit sin målvikt (Giddens 1999:226). Därmed blir de framgångshistorier där man lyckats, och ibland lite ”bättre” än man avsett genom att man förlorat mer i vikt än man från början tänkt, något som dels kan skapa identifikation genom att man själv lyckats eller avstånd om man inte gjort det. Ångesten kan driva på både i att bibehålla den nya vikten eller sträva efter den. Makten över sitt liv tar sig uttryck i makten över den egna kroppen. ViktVäktarnas material visar på meningsfullheten i att förändra sin vikt genom framgångshistorier i text eller bild vilket kan skapa energi att fortsätta sträva efter sitt eget mål. Det visar också på att man inte varit ensam i sin strävan och det visar exempel på att man kan lyckas. Misslyckas man blir det också en icke uppnådd eller förlorad makt. Människor försöker på alla sätt undgå meningslöshet och maktlöshet genom att disciplinera sig själv.

3.8. Livsplanering

I människors liv finns också en planering eller åtminstone en förhoppning om hur livet ska gestalta sig. Att det finns en ordning och kontinuitet i livshändelser vilket ger en trygghet – det som Giddens kallar ontologisk trygghet (Giddens 1999:275). I livsplaneringen kan individen själv lägga in olika livsstilar eller uttryck för dessa. I intervjun med Karin Nileskog framkom att man kan se exempel på effekterna av inte bara livsstil utan också livsplanering. Jag tänker närmast på att man ser att medlemmarna ofta kommer första gången till ViktVäktarna när de fått sitt första barn vilket ger en indikation om såväl sociala och kulturella faktorer som genus och generation. Självbilden och identiteten måste återupprättas om kroppen är förändrad. Det anses också viktigare för kvinnor än män att vara fysiskt

attraktiva (Giddens 1999:130) och hänger ihop med social och kulturell tillhörighet, men främst i individens uppfattning om sig själv, dvs identiteten och därmed ansvaret för att bevara och skapa bilden som uttrycker identiteten. Giddens formulerar detta enligt följande.

”Både livsplaneringen och införlivandet av en viss livsstil integreras (i princip) med kroppsregimerna. Det vore alltför kortsiktigt att betrakta detta fenomen enbart som ett uttryck för förändrade ideal och kroppsliga framträdanden (som att man ska vara smal eller ungdomlig), eller enbart som ett uttryck för reklamens kommodifierande effekt. Vi blir ansvariga för våra egna kroppars utformning, och ju mer posttraditionella sociala kontexter vi befinner oss i desto mer tvingas vi ta detta ansvar”. (Giddens 1999:126)

Tidigare i det västerländska samhället fanns en koppling mellan välstånd och korpulens, men försvann under 1900-talets början. Kopplingen viktreduktion och hälsa kom ungefär samtidigt som produktionen av livsmedel tog fart och det blev möjligt att välja livsmedel i större utsträckning.

”Att banta i ordets snäva mening är bara en konkret framträdelseform av ett betydligt mer omfattande fenomen: dyrkandet av kroppsregimer som ett medel att reflexivt påverka självets projekt.” (Giddens 1999:129)

Individens makt över sitt liv, livsförlopp och livsstil är på olika sätt begränsad beroende på kontext och tid som man befinner sig i. Individer har idag större makt än man hade i det tidigare, förindustriella samhället (Giddens 1999:229). Att då aktivt förändra livsstil och påverka sin livsplanering ger då en känsla – och faktisk möjlighet – att påverka såväl hur man lever som man ser ut. Det ger möjlighet att påverka, skapa och behålla sin självidentitet. Projektet den egna kroppen existerar i samklang med projekten livsplanering, livsstil och identitet. Jag ifrågasätter dock att människor i allmänhet gör en livsplanering och att den i så fall är hållbar över tid. Det förutsätter i så fall en långsiktighet i tanke och planer och utan störande moment eller att man ändrar sig. Om människor kunde göra en hållbar livsplanering skulle det i detta fall innebära att man till att börja med inte blir överviktig eller att när man nått sin målvikt inte blir överviktig igen. Det förutsätter en personlig mognad och möjlighet till kontroll över inte enbart sig själv utan också över det man kommer i kontakt med. Om livsplaner gjordes och hölls skulle människor inte avbryta sina utbildningar, köpa för dyra lägenheter, bli med barn vid olämpliga tidpunkter och en mängd andra större eller mindre livshändelser skulle man inte komma i kontakt med utan att själv ha planerat det. I Giddens teori ligger en förhoppning och tilltro till att människor har en livsplanering vilket ger makt över det som rör individen på kort och lång sikt. En fungerande livsplanering ger förutsägbarhet och egenmakt.

3.9. Genus, generation, klass och etnicitet

I tolkning och analys av ViktVäktarnas material har jag funnit exempel eller frånvaro av exempel gällande genus, generation, klass och etnicitet. Den tidigare forskning jag använt mig av tar i det närmaste obefintligt upp begreppen generation och klass och endast undantagsvis begreppet etnicitet. I medlemsmaterialet är det inte möjligt att beträffande alla aspekter hitta markörer gällande en aspekt som är allmängiltiga för andra. I Distinktionen formuleras detta som

”När man gör observationer av enskilda samband mellan en beroende variabel /---/ och s k oberoende variabler /- --/ så tenderar dessa samband att dölja helheten/---/” (Bourdieu 1994:254).

Jag har valt att ha med exempel från alla begrepp då de ger bakgrund och sammanhang till materialet som helhet.

Budskapen kring genus är mycket märkbara i materialet. En av de större skillnaderna är att under tidigt 80-tal finns männen med i större utsträckning som viktminskande individer. Under 2000-talet är antalet män mycket färre trots att man valt att ha med den välkände Anders Bagge som ett exempel. Framför allt har man sedan mitten av 1980-talet vänt sig till kvinnor. Kraven på fysisk attraktivitet är oftast större för kvinnor än män (Giddens 1999:130) vilket är märkbart i den bild av kvinnor som presenteras i bilderna. Vad det gäller ålder är materialet mer diffust, men bilderna visar i stort sett kvinnor 30-40 år gamla, med några få undantag. Företrädesvis visas kvinnor, runt 30-årsåldern, leende, smala, nordiskt blonda, naturliga, sportiga och flickaktiga. Text och bild samverkar i att visa på aktiviteter som skulle kunna vara neutrala vad det gäller alla aspekter som t ex badkarsbad, men som illustreras med kvinnor i nämnd ålderskategori. Även andra aktiviteter visar på i stort sett samma sak och texterna tar ofta upp vikten av att ta en paus, sköta om sig, koppla av – allt uttryck för en aktiv individ i yrkesverksam ålder och då huvudsakligen kvinnor i åldern 30-45 år. Samma sak återfinns i stor skala i vecko- och kvällstidningspress och som då uttalat vänder sig till kvinnor i yrkesverksam och fertil ålder. En köpstark och aktiv grupp gestaltas, men samtidigt är det få representationer från andra grupper vilket skapar såväl identifikation som avstånd beroende på vem som läser. Att kvinnors och mäns kroppar skildras på olika sätt tas upp i Medier och fetma (Sandberg 2004:214). Samma kroppsliga fenomen skildras olika och ger olika associationer. Kroppen tillskrivs olika värde pga. kön. I ViktVäktarnas material finns få män representerade vilket gör att endast kvinnor tillskrivna normer, ideal och värde visas vilket skulle kunna skapa en svårighet i identifikation för manliga läsare och medlemmar. I

Medier och fetma tar Sandberg upp skillnader mellan mäns och kvinnors motivation att gå ner i vikt (Sandberg 2004:244). Kvinnor går ner i vikt för mäns skull och män för sin egen. Satt i relation till detta är risken stor att män känner avstånd till medlemsmaterialet och att kvinnor känner en identifikation. Under tidigt 80-tal syntes i princip enbart vanliga människor i materialet medan under 2000-talet fanns en blandning av vanliga och kända personer huvudsakligen från media och underhållningsbranschen. Det är en del i identifikationsprocessen beträffande kön, klass, generation och etnicitet. I berättelserna om finns oftast yrkestillhörigheten angiven, men i övrigt är det svårt att i text hitta något som konkret visar på klass. Däremot är det underförstått genom de aktiviteter som finns som t ex golf eller weekendresor som förutsätter såväl en viss ekonomisk nivå som möjligheten till tillträde och tillgång. Likaså förutsätts bildning och utbildning för att förstå sociala och kulturella kontext vilket kan skapa såväl identifikation som en önskan om identifikation eller ett oöverstigligt avstånd. I klassperspektiv är lågutbildade mer lättpåverkade av det som kan benämnas som underhållningsmaterial kring vikt och hälsa (Sandberg 2004:247). Det kan vara en orsak till att ViktVäktarnas material är förhållandevis ytligt till innehållet – man vill inte stöta bort någon – vilket också uttrycktes i intervjun med Karin Nileskog om att man vill ha så mycket mainstream som möjligt. Också utseendet och klädseln är förhållandevis neutral vad det gäller klass. I de flesta bilder är fokus på ansikten medan kläder kommer i andra hand förutom de bilder som visar medlemmar som lyckats med viktminskningen som då oftast stylas och fotograferas. Bilderna som finns i materialet är påfallande ofta blonda och leende. En framgångsbild på Silvia, -4,5 kg, visar en kvinna i trettioårsåldern med halvlångt, blont, lockigt hår. Hon har på sig en ljusblå tunika och ett stort modernt armband på ena underarmen. Armarna ligger i kors och uringningen är så djup att hon har på sig en svart t-shirt under tunikan. Hon ser leende in i kameran med vidöppen, blå blick. En annan framgångsbild visar Denise, 16 kg lättare, som har vardagligare kläder på sig. Hon ligger utsträckt på mage på en soffa eller säng och tittar leende in i kameran. Hon har blont, kort, vågigt hår. Det känns som om bilden skulle kunna vara tagen i hennes naturliga miljö, men den ger intryck av att vara tagen av en professionell fotograf. Klädseln är på alla framgångsbilder modern och återfinns i modemagasin med samma typ av accessoarer och uttryck. I övrigt är klädseln väldigt ofta träningskläder, moderna i snitt och färg. Påfallande ofta är träningsbilderna gruppbilder vilket kan indikera en förändring i livsstil och/eller regim eller spela på en önskan om förändring medan framgångsbilderna utan undantag är individuella. Makeupen är genomgående diskret och ibland knappast märkbar med lätta, naturliga färger och frisyrerna är okomplicerade med många hästsvansar på löparbilderna. De

ser ut som individer som är hälsosamma, slanka och har en attraktiv livsstil vilket uttrycks i Modernitet och självidentitet som

”dyrkandet av kroppsregimer som ett medel att reflexivt påverka självets projekt” (Giddens 1999:29)

dvs att handlingarna framstår som tydliga i att vara ett medel att påverka individens projekt med att bli och vara den man vill vara, ett tillägnande av identitet. Talespersonerna visar utan undantag på lyckade medelklassliv och historier. Alexandra Pascalido är journalist inom press och tv i såväl Sverige som Grekland, Anders Bagge har framgångar i musikbranschen liksom Shirley Clamp. Leyla bakar och lagar mat i press och TV och skriver kokböcker. Alla finns dessutom i ViktVäktaråldern – 30-45 år. Bland talespersonerna finns exempel på olika etnisk bakgrund och där namnen visar detta som t ex Shirley Clamp, Leyla, Alexandra Pascalido och 2014 Amir. Den sistnämnde är dessutom man och har vunnit TV-kocktävlingen Sveriges Masterchef. Exempel på olika etnicitet finns i framgångsberättelserna, men mer som undantag än regel. I det material jag gått igenom finns endast någon enstaka framgångsberättelse med någon som ursprungligen inte är svensk, men som levt i Sverige merparten av sitt liv. Det är en kvinna i 35-40 årsåldern som har sina rötter i forna Jugoslavien. Hon har gått ned en anseelig mängd kilon och har också lyckats locka med sina föräldrar i att göra livsstilsförändringar. I texten relateras till hur man lagade mat förut och att den typen av matlagning är kulturellt betingad. Recepten skiljer sig mycket åt under de två tidsperioder jag studerat. De sänder också genom ingredienser budskap gällande etnicitet. Under 80-talet är recepten mycket av husmanskost med exempel på recept på levergryta, köttbullar och inkokt strömming. Recept som idag snarast kan väcka nostalgi hos några. Under 2000-talet finns istället recept med mer internationella inslag som couscous, indiskt korvgryta och tex mex korvgryta där kanske mest namnen kombinerade ihop en blandning av etnicitet.

4. Slutdiskussion

I början av uppsatsen formulerade jag att *Syftet är att undersöka vilka budskap kring vikt, utseende och livsstil som återfinns i ViktVäktarnas medlemsmaterial och närmare studera hur materialets information till läsaren visar på möjlig utveckling av livsstil och livsföring.* Detta bidrar till individens fortgående inre dialog, en reflexivitet kring ideal och val av det som rör kropp och vikt i projektet att nå sin målvikt och därmed en önskad självidentitet. Jag förväntade mig att se en del mönster, men blev överraskad över hur tydliga dessa var. Efter att ha gått igenom materialet är det tydligt att ViktVäktarnas verksamhet hör ihop med ett större sammanhang. ViktVäktarnas verksamhet samverkar på många sätt med samtida människors livsstil, livsplanering och de regimer man lever efter. Det samverkar och påverkar olika aspekter och att gå ner i vikt blir därmed något mer än att förlora kilon. Det innebär att ha en identitet som är godtagbar och att visa upp denna för andra människor. Omfattningen av att detta berör så många skilda områden i människors liv blev till viss del en överraskning för mig. Slutsatsen är att ViktVäktarnas budskap riktar sig till alla människor, men är formulerat på så sätt att det riktar sig till och lättast tas emot av en begränsad grupp som kan beskrivas som svenska kvinnor i lägre medelåldern, där attraktivitet och kosmetik är en viktig del i viktminskningen. Budskapen kring handlingar och livsstil ger individen möjlighet att ändra sin livsstil, men också ett ansvar att ändra livsstil och handlingar till det man strävar efter. Det finns också en tydlig koppling till identitet som i förlängningen ger att genom att ha den livsstil man önskar får man den identitet man eftersträvar. Livsstilen kan ändras efter tycke och smak och därmed identiteten. Övervikten som hälsorisk betonas inte i någon större utsträckning i materialet. Det som sägs är att 5-10% viktminskning påverkar hälsan positivt vad det gäller risker för högt blodtryck, hjärt- och kärlsjukdomar och diabetes. Fokus ligger på kosmetiska vinster och ökat välbefinnande. I före- och efterbilder och framgångsberättelser beskrivs hur det en gång var, vad som fick individen att börja hos ViktVäktarna, erfarenheter av programmet, hur det gått och hur det är i nuläget och vad man tänker om framtiden. Ofta beskrivs detta som en resa vilken är en vanlig metafor för viktminskningsprocessen. Det framstår ändå tydligt att resan är begränsad i viss utsträckning. Individen kan inte bli yngre eller äldre än vad denne är och i grunden kan människor inte ändra på en mängd andra variabler. Den livsstil individen kan konsumera är begränsad till de förutsättningar och ambitioner som man har.

Innehållet i ViktVäktarmaterialet är lätt igenkänningsbart för kvinnor genom veckopress som riktar sig till kvinnor, men tveksamt om manliga läsare känner sig bekväma med det trots att innehållet ofta relaterar till praktiken kring viktminskning. Framförandet om Viktminskning och bantning är alltså inte könsneutralt. Materialet framstår som relativt opåverkat av tiden genom att det i stort sett är samma saker som skrivs, men formulerat på lite olika sätt och med olika bilder. Med mer noggranna ögon ser man dock exempel på när något nytt etablerats som t ex kostrekommendationer av D-vitamin, vad hormonet oxytocin gör för välbefinnandet, vad det innebär att dricka after-noon tea. I materialet framträder skillnader mellan de två tidsperioderna och efter att ha läst texter och tittat på bilder utkristalliseras olika mönster. Det instruerande i materialet finns både på 1980-tal och 2000-tal. Det går ut på att lära sig ett beteende och lägga det gamla felaktiga åt sidan vilket är det som självhjälplitteratur går ut på.

- Recept finns under båda tidsepokerna.
- Under båda perioderna fanns rabattkuponger för veckoavgifter och uppmaningar att värva flera medlemmar.
- Före och efter foton förekommer under båda perioderna. Dvs. foton på medlemmar före viktminskningen och efter denna.

De skillnader som finns är enligt följande

- Skillnaden i utformningen av materialet är stor. Fr.o.m. mitten på 80-talet och framåt är det sig ganska likt i utformning och format med små häften med flera sidor och tips på praktiska råd, recept, motion, peppning och med en professionell layout. Den tidigare delen av 80-talet är mer amatörmässigt utförd och formaten varierar och mycket av materialet är i svartvitt.
- Den största skillnaden är nog ändå antalet bilder som är avsevärt fler fr o m slutet av 80-talet och framför allt har en ökande grad av sensualism i bildernas uttryck.

Att påverkan av samtiden, omvärlden och opinionen kan vara stor är svenska ViktVäktarnas namn ett exempel på. Det som förvånar mig är att man i Sverige och Finland valde – och tilläts – ha ett namn som avvek från det världsomspännande WeightWatchers. Skälen som Karin Nileskog framförde att det var en stor opinion mot USA beroende på Vietnamkriget låter riktigt, men fanns inte den opinionen i andra länder och hur kom det sig att man valde att ta hänsyn till opinionen i Sverige?

Syftet jag formulerade har i analysen gett en tydligare bild av budskapen i materialet, dvs. att undersöka vilka budskap kring vikt, utseende och livsstil som återfinns i ViktVäktarnas medlemsmaterial och närmare studera hur materialets information till läsaren visar på möjlig utveckling av livsstil och livsföring vilket hjälper individen att ta rätt val och beslut att genomföra en förändring. I förlängningen individens fortgående inre dialog, en reflexivitet kring ideal och val av det som rör kropp och vikt i projektet att nå sin målvikt och därmed en önskad självidentitet.

Frågorna jag undersökte om skillnader finns i materialet mellan 1980-tal och 2000-tal vad det gäller ämnen, rekommendationer eller bild- och textutformning vad det gäller budskap kring livsstil och val kopplade till detta? Och Vem är läsaren och är det märkbart i text eller bild vem som förutsätts ta del av den? Finns skillnader i uttryck och budskap mellan de undersökta tidsperioderna? har besvarats i analysen.

Skillnaderna i materialets utformning är framför allt fr.o.m. det att man anlidade en reklambyrå 1984. Innan dess var materialet mer naivt och amatörmässigt utformat och därefter mer enhetligt och professionellt utformat. Texterna framstår som mer redaktionella och tilltalet till läsaren blir annorlunda. Innan var det ViktVäktare och tidigare ViktVäktare som delade erfarenheter. Efter blev utformningen av budskapet mer riktat från en expertröst till någon som behövde mer kunskaper. Skillnaden i exempel på recept är tydlig. På 1980-talet fanns exempel på levergryta och inkokt strömming vilket idag inte återfinns i många dagstidningars recept. Under 2000-talet har recept som asiatisk fisk och tex mex gryta tillkommit och som återfinns i dags- och veckopress exempel på recept. Likaså har texterna blivit mer vetenskapliga under 2000-talet där mer fokus läggs på hur man som individ vill gå ner i vikt, medicinska rön kring näringsämnen och träning, tips på hur man kommer igång även om innehållet håller sig på en ytlig och lättillgänglig nivå. Bilderna från mitten av 1980-talet och framåt är också ganska lika till sin utformning. Känslan är ändå att man känner igen sig i ViktVäktarnas material och uppbyggnaden av dessa fr.o.m. 1980-talets mitt och ungefär samma sak avhandlas. Det skulle vara svårt att avgöra när materialet är producerat om man inte har hållpunkter som årtal eller talespersoner som man kan känna igen. Materialet är på så sätt ganska tidlöst i den meningen att det är oförändrat över tid.

Projektet vikt nedgång berör många olika områden i människors liv vilket inte framgår av ViktVäktarnas medlemsmaterial och förmodligen inte är tydligt för medlemmarna heller.

Att gå ned i vikt innebär att man tillägnar sig andra vanor och prioriteringar. Dessa skapar tillsammans en livsstil som både visar och skapar en identitet. Genom budskap i bild och text visar ViktVäktarna på att man genom förändrade handlingar, prioriteringar och livsstil kan skaffa sig – dvs konsumera – den identitet och självbild som man vill ha. Vid tolkning och analys av materialet har jag sett många exempel på önskvärd livsstil, men inte något som visar exempel på det som Anthony Giddens kallar livsplanering. En livsplanering innebär att en individ gör en tänkt karta över vad livet ska innehålla. En i det närmaste omöjlig ekvation då många oförutsedda händelser i såväl individens liv som yttre faktorer bland vänner, familj eller samhälle kan både underlätta och omöjliggöra en långtgående livsplanering. Som Giddens själv uttrycker ”Regimer är alltid delvis en fråga om individuellt inflytande och smak” innebär det att individer kan ändra sig och förändras. Kroppen som projekt är på olika sätt en möjlighet att motverka känslor av maktlöshet och meningslöshet. Påverkan av de handlingar man utför i mening att ”bli den man vill vara” och att därmed tillägna sig en livsstil och identitet som känns godtagbar för individen förutsätter en mängd medvetna val och beslut. Viktnedgång och kropp och utseende som projekt är framförallt något som tillhör den kvinnliga sfären och har fram till senare tid inte engagerat män i någon större utsträckning.

Sammanfattningsvis är svaren på mina frågor att budskapen mycket tydliga i text, språk och bild. Det framgår klart att läsaren och medlemmen är en etniskt svensk kvinna i åldern 25-35 år. Budskapet kring klass är inte lika tydligt, men det framgår ändå med tydlighet att man riktar sig till människor som har ekonomisk möjlighet att resa eller utöva dyrbara sporter och som har kunskap och kompetens att förstå medicinska uttryck och att ta del av det som man signalerar ingår i att ta hand om sig själv och att sätta guldkant på tillvaron. Kroppens framträdande och handlingar som är kopplade till identitet och självbild tydliggörs i bild och text. Skillnaden i uttryck mellan de två tidsperioderna är stor, men troligtvis beroende på att man inte hade professionell utformning förrän 1984 och dessförinnan utformade och skapade materialet själv. Vad det gäller skillnader i budskap mellan de två tidsperioderna så är svaret att det framstår som förhållandevis tidlöst gällande alla aspekter.. ViktVäktarnas budskap i materialet framstår som en manual till en regim som ingår i livsstilen viktväkteri. Denna regim är en vara som kan väljas, konsumeras eller väljas bort och därmed kan man som människa känna en valfrihet och makt över de handlingar som är kopplade till det som vi alla kommer i kontakt med dagligen – nämligen att äta vid flera olika tillfällen och i olika sammanhang.

Det skulle vara intressant att undersöka flera olika aspekter av mina frågor i en fortsatt studie som inte enbart behandlar svenskt viktväktarmaterial utan i bredare perspektiv. Tänkbara frågeställningar skulle kunna vara

- Vilka tecken finns gällande livsstil och livsplanering gällande aspekter på genus, generation, klass och etnicitet?
- Hur USA eller länder med längre erfarenhet av invandring än Sverige, som t ex Frankrike och England, utformar sitt material med hänseende på etnicitet?
- I Sverige har sedan länge haft ett högt deltagande av kvinnor på arbetsmarknaden och är det märkbart i andra länders material vad det gäller genusaspekten?
- Sverige har en tradition av ett mer homogent samhälle, med mindre segregation och med jämlikhets- och jämställdhetsmål. Finns skillnader mellan olika ViktVäktarländer i tilltal och uttryck för klass?

5. Referenser

5.1. Otryckta källor

<http://www.viktvaektarna.se>

<http://www.sydsvenskan.se/vetenskap/halsa/battre-att-ga-till-viktvaektarna-an-till-lakare/>

<http://www.gp.se/nyheter/debatt/1.1276439-lat-lakare-skriva-ut-viktnedgang-pa-recept>

Intervju med Karin Nileskog, Sverigeansvarig för ViktVäktarna, 2014-12-16.

5.2. Tryckta källor

Abrahamsson, L., Andersson, I., Aschan-Åberg, K., Becker, W., Göranson, H., Hagren, B., Häglin, L., Jonsson, I., Jonsson, L., Nilsson, G. (1999). *Näringslära för högskolan*. Stockholm: Liber AB.

Blood, S. K. (2005). *Body Work. The Social Construction of Women's Body Image*. Bodmin, Cornwall, Great Britain: MPG Books Ltd.

Bordo, S. (1993). *Unbearable Weight. Feminism, western culture and the body*. London, England: University of California Press.

Bourdieu, P. (1994). *Kultursociologiska texter*. I urval av Donald Broady och Mikael Palme. Stockholm/Stehag: Brutus Östlings Bokförlag Symposion.

Evans Braziel, J. and LeBesco K. (2001). *Bodies out of bounds. Fitness and transgression*. Berkely, Los Angeles, London: University of California Press.

Giddens, A. (1999). *Modernitet och självidentitet*. Självet och samhället i den senmoderna epoken. Uddevalla: Bokförlaget Daidalos AB.

Petersson, M. ((2003). *Identitetsföreställningar*. Performance, normativitet och makt ombord på SAS och AirHoliday. Göteborg: Mara förlag.

Sandberg, H. (2004). *Medier & Fetma*. En analys av vikt. Lund: Sociologiska institutionen – Lunds universitet.

Schwartz, H. (1986). *Never Satisfied. A Cultural History of Diets, Fantasies and Fat*. New York: The Free Press, a division of Macmillan Inc.

Sköld, G. (1998) *Från moder till samhällsvarelse*. Vardagskvinnor och kvinnovardag från femtiotal till nittiotal i familjetidningen Året Runt. Stockholm: Elanders Gotab.

Veckans Viktiga, ViktVäktarna (2014) Nummer 2

ViktVäktarnas veckofoldrar under perioden 1980-1990 och 2000-2011.

