



**JMG – INSTITUTIONEN FÖR  
JOURNALISTIK, MEDIER OCH  
KOMMUNIKATION**

# **SOLBRUNHET – ETT OHÄLSOSAMT IDEAL I EN HÄLSOSAM GENRE?**

En kvalitativ studie om solning och solbrunhet i ett svenskt hälso- och träningsmagasin.

**Linn Nilsen, Jonas Sehlin & Anna Särén**  
**Medie- och kommunikationsvetenskap**

---

Examensarbete:	15 hp
Program:	Medie- och kommunikationsvetenskap
Nivå:	Grundnivå
Termin/år:	Ht - 2019
Handledare:	Orla Vigsø
Kursansvarig:	Malin Sveningsson

## Abstract

Examensarbete:	15 hp
Program:	Medie- och kommunikationsvetenskap
Nivå:	Grundnivå
Termin/år:	Ht -2019
Handledare:	Orla Vigsø
Kursansvarig:	Malin Sveningsson
Sidantal:	66
Antal ord:	19 950
Nyckelord:	Solning, solbränna, solbrunhet, malignt melanom, skönhetsideal, livsstil, träning och hälsa, semiotisk bildanalys

---

**Syfte:** Studien vill djupare undersöka hur det svenska hälso- och träningsmagasinet Topphälsa förhåller sig till det faktum att exponering för solens strålar kan vara farligt och en problematisk aspekt av en livsstil. Vidare vill studien undersöka huruvida det går att se några förändringar kring detta förhållningssätt år 2008 jämfört med 2018.

**Teori:** Cultural studies, Agenda-setting theory och framing

**Metod:** Kvalitativ och semiotisk inspirerad bildanalys och en mindre textanalys

**Material:** Bilder som porträtterar ljushyade västerländska kvinnor och texter som behandlar solning och att vara solbrun i det svenska hälso- och träningsmagasinet Topphälsas utgåvor från 2008 och 2018.

**Resultat:** Studien har identifierat fem framträdande teman 2008, och fyra framträdande teman 2018 i porträtteringen av västerländska ljushyade kvinnor i det svenska hälso- och träningsmagasinet Topphälsa. Kvinnor med måttlig grad av solbrunhet framträdde starkast i samtliga teman.

Fyra av de teman som identifierats 2008 återfinns även 2018, men med förändringar kring vissa av attributen. Däremot har inga större förändringar i relation till graden av solbrunhet kunnat urskiljas. Temat "Soldyrkande Sara" återfinns endast 2008.

Topphälsa skriver om solning och att vara solbrun men enbart i en mindre omfattning både 2008 och 2018. De flesta texter har ett förnuftigt förhållningssätt till solning och uppmanar till användandet av solskyddsfaktor innan exponering för solen. Däremot uppmanar texterna huvudsakligen till att vara i solen med solskydd, snarare än att inte vara i solen alls.

## **Tack!**

Vi vill rikta ett stort tack till vår handledare Orla Vigsø för värdefulla tips och råd under arbetets gång.

## Executive summary

The purpose of this essay is to examine how the Swedish health- and fitness magazine *Topphälsa* deals with the fact that tanning ideals and people's tanning behavior can be a problematic aspect of a lifestyle. In order to carry out this examination, we are using a qualitative method of a semiotic inspired image analysis and a minor text analysis.

Since the early 1900's there has been a growing tanning beauty ideal in the West. Studies have shown that people perceive themselves and other people with a tan more attractive, fit and healthier than people with a lighter tan. In contrast to these positive attributes connected to tanning, medical studies have also concluded that overexposure to the sun's UV-radiation is dangerous and can cause deadly forms of skin cancer. In Sweden 50% more women than men under the age of 40 suffer from skin cancer. The Swedish Caucasian women, with their natural light skin color, are in a high-risk category to suffer from skin cancer due to overexposure to sun rays. Moreover, the more extreme weather in northern Europe during the last couple of years with more sun in the summertime makes this issue more relevant also in a Nordic setting.

The fact that the sun can be dangerous is well known among the general citizen. However, this risk is often omitted in the pursuit of a tanned body, where the tanned skin can be seen as a part of a desired beauty ideal. Several international studies, conducted in primarily Australia and the U.S., have shown that the media can have a great impact on how people connect positive attributes to tanned bodies and how these beauty ideals are formed. Health and fitness magazines, like *Topphälsa*, can be seen as a guide on how to live a fit and healthy life. Hence, these magazines can create, reinforce or destroy different dimensions of lifestyles and their interconnected beauty ideals.

Given the above facts, there are three core issues on which this essay is based. The first issue concerns the portrayal of Caucasian women. How do *Topphälsa* portray Caucasian women in relation to a tanning behavior and to be tanned? The second issue is regarding the magazine's editorial texts. Do they write about tanning? If they do, how do they write about it? Thirdly, we want to examine if there is any change in the portrayal of Caucasian women and if there are any changes in if/how the magazine writes about tanning 2008 compared to 2018? During this 10-year period, women suffering from skin cancer has rapidly increased in Sweden.

To answer the above questions this essay is based on the theories of Cultural Studies, Agenda-setting theory and framing. The main result shows that *Topphälsa* portray five different themes of lifestyles in 2008, and four different themes of lifestyles in 2018. All of the themes can be seen to emerge from a more generic representation of the happy and healthy western women and what she does in her spare time. The most portrayed level of tan in all of the studied images is a moderate level, which earlier studies have concluded is the favorite ideal of women in the west.

Four of the lifestyles from 2008 are relatively similar with four of the lifestyles from 2018, with some change in their attributes but no significant changes regarding the level of tan. The theme of “Soldyrkande Sara” is only present 2008.

When it comes to the editorial texts, Topphälsa writes about tanning but only to a minor extent both 2008 and 2018. Most of the identified texts showed a judicious approach to tanning and called for the use of sunscreen before going outdoors. However, the texts mainly advocated to be outdoors with sunscreen rather than not being exposed to sun at all.

# Innehållsförteckning

1. Inledning.....	1
1.1 Solbrun - ett livsfarligt ideal?.....	2
2. Begreppsdefinition.....	5
2.1 Solbrun och solbränd.....	5
2.2 Hudcancer och malignt melanom.....	5
2.3 Livsstil, ideal och magasin.....	6
2.4 Västerländska ljushyade kvinnor.....	7
3. Tidigare forskning.....	8
3.1 Solning och skönhetsideal.....	8
3.2 Träning och hälsa.....	9
3.3 Mediers påverkan.....	9
3.4 Solning och risk.....	10
3.5 Positiva effekter av solning.....	11
4. Syfte och frågeställningar.....	12
5. Teoretiskt ramverk.....	13
5.1 Cultural Studies.....	13
5.1.1 Identitetsskapande.....	14
5.1.2 Mediernas påverkan och makt.....	14
5.2 Semiotik.....	14
5.3 Agenda-setting theory.....	15
5.3.1 Framing.....	16
6. Metod.....	17
6.1 Val av metod.....	17
6.1.1 Kvalitativ ansats.....	17
6.1.2 Bild och textanalys.....	18
6.2 Urval och avgränsning.....	19
6.2.1 Topphälsa.....	19
6.2.2 Val av bilder och artiklar.....	19
6.2.3 Bildernas format och form.....	20
6.2.4 Bildernas motiv och objekt.....	20
6.2.5 Bildernas genre.....	21
6.2.6 Textuellt innehåll.....	21
6.2.7 Textens genre.....	21

6.2.8 Tidsperiod.....	21
6.2.9 Omfattning.....	22
6.2.10 Magasinens tillförlitlighet.....	22
6.3 Tillvägagångssätt och genomförande .....	22
6.3.1 Urvalsprocessen .....	22
6.3.2 Bildurval .....	23
6.3.3 Texturval.....	25
6.3.4 Semiotisk inspirerad bildanalys .....	26
6.3.5 Teman och mönster .....	28
6.3.6 Textanalys.....	29
6.3.7 Komparativt genomförande .....	30
6.4 Validitet och reliabilitet .....	30
7. Resultat och analys.....	33
7.1 Bildanalys.....	33
7.1.1 Teman 2008 .....	33
7.1.2 Teman 2018 .....	40
7.1.3 Jämförelse mellan åren.....	46
7.1.4 Fördjupad analys .....	48
7.2 Textanalys .....	50
7.2.1 Textanalys 2008 .....	50
7.2.2 Textanalys 2018 .....	52
7.2.3 Jämförelse mellan åren.....	53
8. Diskussion .....	55
8.1 Vidare forskning.....	58
9. Referenser.....	59

# 1. Inledning

*“Vi svenskar älskar solen väldigt mycket. Hudcancer är den typ av tumör som växer allra snabbast, med en ökning på sex procent fler fall per år. Och det här beror till stor del på vår livsstil.”*(SVT, 2018a)

Så berättar onkolog Johan Hansson vid Karolinska Institutet i en intervju med SVT. Malignt melanom, som är en typ av hudcancer, är den dödligaste hudcancerformen och ökar i rasande takt (Cancerfonden, 2018b). Samtidigt som vi får en större kunskap om riskerna med cancer väljer vi ändå att resa utomlands till värme och sol, parallellt med att vi på hemmaplan tar alla chanser att exponeras för solens strålar (Strålsäkerhetsmyndigheten, 2018). Ökande fall av hudcancer, vår inställning till solen och det faktum att Sverige 2018 i flertalet kommuner slog rekord i antalet soltimmar, kan ses som en problematisk kombination (SVT, 2018b).

Tidigare studier visar att en solbrun kropp ses som något attraktivt och att det ligger på modet att vara solbrun (Chang et al., 2014). I linje med detta kan vi se hur medier använder sig utav solbruna kroppar vilket skapar ett ideal som kan leda till ökad exponering av sol (Dixon, H., Dobbinson, Wakefield, Jansen, & McLeod, 2008). Läkarkåren har uttryckt en oro över den snabba ökningen av hudcancer, samtidigt som det enligt studier påvisats att medier både explicit och implicit kan förstärka det solbruna skönhetsidealet (se exempelvis Cho, Lee & Wilson, 2010; Dixon, Warne, Scully, Dobbinson, & Wakefield, 2014; Mahler, Beckerley & Vogel, 2010).

Hos personer under 40 år är det 50% fler kvinnor än män som drabbas av hudcancer (Cancerfonden, 2018b). En av anledningarna skulle kunna vara att denna del av befolkningen, kvinnor under 40 år, väljer att exponera sig mer för solen och att de i sitt beteende är påverkade av rådande kropps- och skönhetsideal. För att undersöka vad ett sådant riskfyllt beteende kan grunda sig i ska vi på ett djupare plan studera hur det svenska hälso- och träningsmagasinet Topphälsa förhåller sig till det faktum att exponering för solens strålar kan vara farligt och en problematisk aspekt av en livsstil för dessa kvinnor.

Hälso- och träningsmagasin är av särskilt intresse då dessa ämnar kommunicera vanor, beteenden och produkter som ska vara “hälsosamma”. Enligt Lindgren och Eriksson (2010) finns det i det hälsosamma beteendet ett kroppsligt ideal. De menar att en attraktiv kropp blir en symbol för en hälsosam livsstil. Ett solbrunt skönhetsideal kan skapas, kommuniceras och förstärkas genom hälso- och träningsmagasin. Kan det vara så att Topphälsa förstärker en positiv inställning till att exponeras för solens farliga strålar vilket leder till ökad risk för cancer för den kvinnliga delen av befolkningen? Eller kommuniceras en mer hälsosam livsstil i relation till solning och dess sammankopplade ideal?



## 1.1 Solbrun - ett livsfarligt ideal?

Frågan gällande solning, att vara solbrun och hudcancer är av stor vikt för samhället då malignt melanom, som tidigare nämnt, är den hudcancerform som haft en dramatisk ökning det senaste decenniet (WHO, u.å.; Cancerfonden, 2018b). Även om malignt melanom endast står för cirka fem procent av all hudcancer leder den till tre gånger så många dödsfall än övriga former (American Cancer Society, 2012). Främsta orsaken till malignt melanom är att man exponerats för mycket för solen och därmed bränt sig upprepade gånger (1177 Vårdguiden, 2019).

Här i Norden har vi historiskt sett varit förskonade från stark sol, men faktum är att hudcancer är vanligare hos den delen av världens befolkning som har ljusare hud (Armstrong, 2004; Severi, 2004). Solen och dess farliga strålar kan också kopplas till den numer ständigt pågående debatten om klimatförändringar och mer extremt väder. Vi nämnde i inledningen det solrekord som sattes i Sverige 2018 och forskare menar att vi i framtiden får räkna med en mer extrem väderlek vilket för oss i Norden kan innebära varmare klimat och mer frekvent förekommande och starkare sol (Andersen, 2011; SMHI, 2019).

Forskning kring solning visar också på att vara solbrun kan vara en del av en livsstil och dess skönhetsideal. Det finns helt enkelt en mängd positiva attribut som tillskrivs personer som har en grad av solbrunhet (se exempelvis Cafri, Thompson, Jacobsen, & Hillhouse, 2009 eller Dennis, Lowe, & Snetselaar, 2009). Kombinationen kring allt mer sol i Sverige, rådande livsstilar och dess skönhetsideal kan på sikt bli än mer problematisk. Därmed är det relevant och viktigt att redan nu bidra till kunskap som kan vara till hjälp och vägledning för detta samhällsrelaterade problem.

Forskning och studier om sol, solexponering och cancer i relation till kommunikation och medier har tidigare studerats flitigt internationellt, framförallt i en amerikansk och australiensisk kontext. Tidigare studier har visat på att det finns en vilja hos människor att exponeras för solen för att bli solbruna, samt att man förknippar solen och solning med något eftertraktat (Dixon et al., 2008; Heckman, Wilson, & Ingersoll, 2009; Jones & Leary, 1994; Robinson, Rademaker, Sylvester, & Cook, 1997; Scully, Wakefield & Dixon, 2008).

Det finns rikligt med medicinsk kunskap om effekterna av att sola och betydelsen av att skydda sig mot solens farliga strålar. Men detta till trots har forskning också kunnat visa på att malignt melanom fortfarande ökar (Cancerfonden, 2018b). Det är inte heller så att kunskap om solens risker inte nått fram till gemene man. Studier i exempelvis Italien och Grekland visar att kunskapen om att solning kan leda till cancer är stor hos befolkningen (Saridi et al., 2009; Suppa, Cazzaniga, Fargnoli, Naldi, & Peris, 2013).

Det kan således fastslås att det finns kunskap om riskerna med solning, men att inställningen till att sola inte korrelerar med detta kunnande (Strålsäkerhetsmyndigheten, 2018). En svensk studie av Bränström, Ullén och Brandberg (2004) visade att svenskar har en positiv inställning till att sola, åka på solresor och att vara solbruna. Likaså visade Bränström och kollegor (Bränström, Brandberg, Holm, Sjöberg & Ullen, 2001; Bränström, 2003) att en ökad kunskap om riskerna med solning inte innebär att man på något vis förändrar sitt beteende när det kommer till solning. Det blir därmed explicit, mot bakgrund av ovan forskning, att det finns bakomliggande faktorer som skapar och förstärker föreställningar om att solen och att vara solbrun är något eftersträvansvärt trots dessa risker.

Aktuell kandidatuppsats skrivs på uppdrag från Institutionen för Journalistik, Medier och Kommunikation vid Göteborgs universitet och är kopplad till forskningsprojektet SkinResQUMEL (Centre for Skin Research, 2006). Detta forskningsprojekt ämnar undersöka varför förekomsten av malignt melanom ökar och vad man kan göra åt det. Kopplat till allmänhetens kunskaper om konsekvenserna av att sola, men det faktum att man inte alltid handlar därefter, gör att projektet särskilt intresserar sig för att förstå hur solvanor och allmänhetens inställning till solande hänger ihop.

Det saknas forskning i svensk och skandinavisk kontext om hur medier påverkar ovan nämnd inställning till att vara solbrun. Det finns på kandidatnivå några uppsatser som undersökt hur populärkulturella livsstilsmagasin uppmärksammar solning samt att vara solbrun (se Krook & Moberg, 2017). Detta även ur ett manligt perspektiv (se Bäckstrand, 2018). Däremot saknas det studier på svenska hälso- och träningsmagasin. Som tidigare nämnt i inledningen är hälso- och träningsmagasin av särskilt intresse då dessa ämnar kommunicera vanor, beteenden och produkter som ska vara "hälsosamma". I det hälsosamma beteendet kan återfinnas ett kroppsligt ideal vilket leder till att en attraktiv kropp kan ses som en symbol för hälsa och en hälsosam livsstil. Det kan således konstateras att ett brunbränt skönhetsideal kan skapas, kommuniceras och förstärkas genom hälso- och träningsmagasin (Lindgren & Eriksson, 2010).

Ett av Sveriges största hälso- och träningsmagasin är Topphälsa. Magasinet har ca 101 000 läsare månadsvis och den primära målgruppen är kvinnor (Kantar Sifo, 2018). Det är även kvinnor som särskilt drabbas av hudcancer när det gäller personer under 40 år (Cancerfonden, 2018b). Magasinets vision är att vägleda personer till "*ett skönare, härligare och hälsosammare liv samt ge läsarna den smarta vägen till naturlig skönhet*" (Bonnier Magazines & Brands, u.å.). Ovan bakgrundsfakta gör att det är extra relevant att undersöka hur ett medium likt Topphälsa framställer solning och att vara solbrun.

Denna studie vill fylla en lucka och undersöka tidigare utforskade hälso- och träningsmagasin när det kommer till hur ett av Sveriges ledande magasin inom träning och hälsa, Topphälsa, förhåller sig till det faktum att exponering för solens strålar kan vara farligt och en problematisk aspekt av en livsstil. Det vetenskapliga bidraget fokuserar på att skapa

djupare förståelse för hur kvinnliga västerländska kroppar framställs i dessa medier, samt om och hur dessa medier skriver om solning och att vara solbrun. Studien ämnar även att utforska om och hur denna framställning förändrats år 2008 jämfört med 2018, två årtal mellan vilka hudcancer fortsatt ökat i Sverige. Vi tror att studien kommer kunna vara ett fullgott bidrag till tidigare, men även framtida, studier om mediernas roll i denna fråga.

## 2. Begreppsdefinition

### 2.1 Solbrun och solbränd

Sedan 30 år tillbaka har studier kunnat påvisa att personer i västvärlden föredrar att vara solbruna framför att vara bleka (Banerjee, Campo & Greene, 2008). En av grundstenarna i aktuell studie utgår ifrån västerländska människors solningsbeteende och vår positiva inställning till att vara solbrun.

Ordet *solbrun* är däremot ingen konventionell term. Istället är det ordet *solbränd* som oftast används av gemene man i Sverige. I aktuell studie sätter vi däremot en skiljelinje mellan att vara *solbrun* och att vara *solbränd*, där det är den förstnämnda termen som konsekvent kommer att användas. Att vara solbrun är bland västerländska kvinnor ett eftersträvat skönhetsideal och kan kopplas till adjektiv som gyllenbrun och brons (Xie & Zang, 2013). Att vara solbränd innebär å andra sidan att huden tagit skada på grund av överexponering av UV-ljus, vilket har en stark koppling till hudcancer (Armstrong, 2004). När gemene man ägnar sig åt solning är det *solbrun* som är den eftersökta effekten, medan *solbränd* är den oönskade konsekvensen.

### 2.2 Hudcancer och malignt melanom

Hudcancer är indelad i flera olika former av tumörer, och malignt melanom är en av dessa. Just malignt melanom är den typ av hudcancer som ökar mest av alla cancerformer och ses som den allvarligaste och dödligaste formen (1177 Vårdguiden, 2019; Cancerfonden, 2018a).

Likaså är malignt melanom den hudcancerform som i störst utsträckning uppkommer till följd av överexponering av solen. Uppkomsten av malignt melanom beror till stor del på att man upprepade gånger har bränt huden i solen. Solens UV-strålar påverkar pigmentcellerna i vår hud, vilka är de celler som ger den bruna färgen. Vid kraftig exponering av UV-strålar förstörs dessa pigmentceller och cancer kan utvecklas. Hudcancer och malignt melanom är vanligare bland personer med ljus hud och vanligare desto närmare ekvatorn dessa personer är bosatta. Forskning visar att ljushyade personer löper tio gånger högre risk att drabbas än personer med mörkare pigment (Netdoktor, 2019).

I Sverige är genomsnittsåldern för de som drabbas av malignt melanom 60 år. Detta kan vara till följd av att man under sin livstid upprepade gånger bränt huden. Det är således viktigt att redan i ung ålder inte utsätta huden för en för hög exponering av solen. Av de personer som är under 40 år och som drabbas av sjukdomen är det 50% fler kvinnor än män som drabbas.

Sjukdomen är dock minst lika vanligt förekommande hos män som hos kvinnor sett till hela den svenska populationen (Cancerfonden, 2018b; Netdoktor, 2019).

Aktuell studie tar avstamp i det solbruna idealet och således blir malignt melanom, som i störst utsträckning uppkommer till följd av överexponering av solen, den typ av hudcancer som ligger i fokus. Vi vill däremot göra läsaren uppmärksam på att kommunikationsforskare ofta valt att använda begreppet "hudcancer" i en vidare mening. I vårt arbete kommer således båda termerna hudcancer och malignt melanom användas växelvis för att beskriva samma fenomen.

## 2.3 Livsstil, ideal och magasin

Livsstil är ett begrepp som tagit fäste under 1900-talet då möjligheterna att välja sitt levnadssätt, och prägeln på detta, ökade. Livsstil har bland annat tolkats som individens förhållningssätt till sitt egna liv och hur man väljer att utforma det (Svensson & Hallberg, 2010). Begreppet livsstil, menar Giddens (2005), innefattar bland annat vilka kläder man väljer att bära, hur man förhåller sig till kost och beteende samt vilka människor man väljer att umgås med.

I den här uppsatsen utgår vi från tankarna kring Cultural Studies och hur människors världsbilder, tankar och livsåskådningar formas av de kulturer de lever i (Hall, 1997). En livsstil är således ett förhållningssätt som styr både ens åsikter och beteende. Detta förhållningssätt bygger på att vi inom olika kulturer skapar gemensamma föreställningar om fenomen i vår omvärld. Dessa olika kulturella föreställningar kan sedan, tillsammans med exempelvis sociala praktiker, sammanfattas och uttryckas i en viss livsstil.

I ovan nämnda livsstilar återfinns olika typer av ideal. Dessa ideal kan ses som målbilder och används av människor för att skapa en känsla av "vem och hur jag skulle kunna vara" (Woodward, 1997:14). Precis som livsstilen i stort baserar sig dessa ideal på kollektivt konstruerade meningar kring vad idealet står för. Exempelvis kan ur en livsstil fokuserad på hälsa och skönhet utrönas ett skönhetsideal. Ett sådant ideal skulle till exempel kunna vara att det ses som hälsosamt att vara solbrun.

Medier har en viktig position när det kommer till att skapa och förstärka olika livsstilar och dess ideal (ibid.). I tidigare studier har det bevisats att tränings- och hälsomagasin har en påverkan på, framförallt kvinnors, kroppsuppfattning och förhållningssätt till träning (se exempelvis Hawkins, Richards, Granley & Stein, 2004 eller Grabe, Ward & Hyde, 2008). Magasin inom denna genre erbjuder ofta läsarna en väg till hälsa och skönhet, där de målar upp en idealbild av exempelvis en framgångsrik idrottare. Magasinen ger läsaren flera komponenter från idealpersonens livsstil, såsom kost och träningsvanor, men det är upp till läsaren att realisera denna livsstil.

Vi utgår således i aktuell uppsats från det faktum att livsstilar bygger på gemensamma kulturella föreställningar och att dessa föreställningar kan påverkas av innehållet i utvalt magasin.

## 2.4 Västerländska ljushyade kvinnor

Att kategorisera eller benämna människor utefter deras etnicitet eller hudfärg är ett problematiskt förfarande. Detta framförallt då hudfärg är något socialt konstruerat och att kategorisera människor efter hudfärg ger upphov till bland annat rasism, diskriminering och andra typer av förtryck. Den process där vi kategoriserar människor utifrån stereotyper och fördomar om deras ursprung kallas rasifiering. Det är en social process där människor i interaktion tillskriver personer vissa gruppegenskaper baserat på utseende. Dessa egenskaper tar grund i samhällets rådande åskådningar och tankegångar kring etnicitet, men är även till stor del baserat på historia. Att det är en social process gör även att den förändrats över tid och ser olika ut på olika platser. Exempelvis kan människor som ser sig själva som vita i Sydamerika nödvändigtvis inte benämnas som vita i exempelvis Sverige (Länsstyrelsen, 2019).

Utgångspunkten i aktuell studie är viljan att studera personer som tillhör en riskgrupp för malignt melanom. Det är konstaterat att personer med ljusare hud löper en större risk att drabbas av hudcancer på grund av överexponering av solen (Netdoktor, 2019). Likaså vill vi i studien utgå från skönhetsideal. Det är påvisat att dessa ideal är starkt påverkade av det omslutande samhället och att idealen kan vara vitt skilda i olika delar av världen (Xie & Zhang, 2013). Därför är det i det här fallet nödvändigt att, trots de problem det medför, kategorisera människor efter deras hudfärg och geografiska/kulturella härkomst.

Vi kommer således, trots ovan nämnda problem med att benämna någon utefter dess hudfärg, utgå från en population bestående av ljushyade kvinnor. Termen "ljushyad" befäster i det här avseende det faktum att studerade kvinnor har ljus hud och befinner sig i en riskgrupp för malignt melanom. I tillägg till detta har vi under operationaliseringen valt att fokuseras på ljushyade kvinnor då det hos dessa individer är tydligare att avgöra graden av solbrunhet (läs mer under kapitel 6.3.2 Bildurval).

Vi kommer även begränsa populationen till "västerländska kvinnor". Med denna term vill vi tydliggöra kopplingen till modern västerländsk kultur i vilken dessa kvinnor lever och verkar. Då studien till stora delar bygger på olika kulturer, livsstilar och skönhetsideal menar vi att det är viktigt att förstå kvinnornas geografiska och kulturella kontext och således nödvändigt att kategoriseras dem utefter deras geografiska och kulturell härkomst.

### 3. Tidigare forskning

#### 3.1 Solning och skönhetsideal

Kropps- och skönhetsideal har funnits ända sedan antiken. Filosofen Platon menade att varje människa borde önska sig tre saker; att ha god hälsa, att ha god ekonomi och att vara vacker. Mycket har hänt sedan dess, och så även med kropps- och skönhetsideal. Innan 1920-talet var solbrun ett attribut som tillskrivits arbetarklassen, och något som man ville undvika att bli förknippad med, enligt dåtidens normer. Att vara solbrun var ett tecken på att en person hade det dåligt ställt. Ett tecken på framgång var istället att man hade tid att sitta inomhus och i skuggan (Populär Historia, 2018).

Under 1920-talet inträffade däremot en händelse som enligt många kom att bli startskottet för det solbruna skönhetsidealet i västvärlden. Den franska modeskaparen Coco Chanel fotograferades när hon solade på den franska rivieran med tydligt solbrun hud. Efter att fotot publicerats var västvärldens kvinnor inte sena med att försöka se ut som henne. Solbrun hud kom sedermera att ses som något eftersträvarsvärt och ett tecken på hälsa och framgång (Populär Historia, 2018; Chang et al., 2014).

Idag, närmare 100 år senare, är skönhetsideal kopplat till solning och att vara solbrun något som studerats flitigt internationellt. Många studier visar på att detta ideal kan kopplas till en föreställning om att en solbrun person är mer attraktiv och hälsosam (Cafri et al., 2009; Dennis et al., 2009; Peacey, Steptoe, Sanderman & Wardle, 2006). Likväl upplevs det ligga på modet att vara solbrun (Chang et al., 2014). Forskare menar således att man kan associera sol, solning och att vara solbrun med något eftertraktat (Dixon et al., 2008; Heckman et al., 2009; Robinson et al., 1997; Scully et al., 2008).

Beasley & Kittel (1997) menar att föreställningen om att en solbrun person är mer attraktiv än en person med lägre grad av solbrunhet är den främsta anledningen till varför personer väljer att exponera sig för solens strålar. Detta är något som kunnat bekräftas av flertalet senare studier (Cafri et al., 2006; Cho et al., 2010; Murray & Turner, 2004). Exempelvis visade White och hans forskarkollegors (2008) fokusgruppsstudie från Australien att solbruna personer beskrevs som attraktiva och hälsosamma medan de med ljusare hud istället beskrevs som bland annat tontiga, ohälsosamma och blyga. Likaså visar en experimentell enkätstudie att vi tenderar att tillskriva solbruna personer andra ”positiva” egenskaper, såsom att män upplever solbruna kvinnor som smalare än kvinnor utan tydligt solbrun hud (Banarjee, Campo & Greene, 2008). I linje med detta fastslog även Darlow, Heckman & Munshi (2016) att motiv med grund i utseende och välmående ökade benägenheten att sola.

Det kan således konstateras av ovan studier att vara solbrun kan kopplas till ett nutida skönhetsideal och att motiv kopplade till detta ideal ökar en individs benägenhet att exponeras för solens strålar (Bränström et al., 2001).

### 3.2 Träning och hälsa

En aspekt, som är av stor vikt för aktuell studie, är hur det tidigare forskats om det solbruna idealet i relation till träning och hälsa. Studier visar att det finns ett positivt samband mellan en solbrun kropp och att ses som vältränad (Cho, Lee, & Wilson, 2010). I USA har det genomförts studier gällande innehåll i tränings- och hälsomagasin. Basch och kollegor (Basch, Ethan, Hillyer, Berdnik & Basch, 2015) har i sin kvantitativa studie av 69 amerikanska tränings- och hälsomagasin kunnat konstatera att dessa magasin till stor del porträtterar personer med måttlig (*moderate*) till mörk solbränna (*dark tan*), framförallt i bilder av män i magasin med fokus på body building. I bredare magasin om träning för kvinnor porträtteras de kvinnliga modellerna med lättare solbränna (*light tan*). Likaså har Basch och kollegor (Basch, Ethan, Hillyer & Berdnik, 2014) undersökt huruvida hälso- och träningsmagasin inkluderar budskap om hur man förebygger cancer i relation till solning och att vara solbrun. Författarna konstaterar att dessa magasin har en viktig roll att fylla när det kommer till att sprida hälsokunskap bland sina läsare. Det fastslås även att det finns utrymme för förbättring när det kommer till att informera om risker och vad man kan göra för att skydda sig mot cancer kopplat till solning.

### 3.3 Mediers påverkan

Inom forskningsfältet som innefattar solning och skönhetsideal kopplade till att vara solbrun finns det en utbredd uppfattning om att medier spelar en stor roll i att skapa och påverka dessa ideal. Det handlar framförallt om mediernas agenda-sättande roll, där gemene man påverkas av de ämnesval medierna gör i sin rapportering, men även porträtteringen i bild och text (McCombs & Shaw, 1972). Forskning i ämnet har nästan uteslutande utförts på ett internationellt plan, med endast några få kandidatuppsatser som belyser ämnet i en svensk kontext (se Bäckstrand, 2018; Krook & Moberg, 2017).

Studier gällande mediers påverkan och agenda-sättande roll har studerats flitigt i Australien. Detta med nära koppling till SunSmart, som är en nationell kampanj med syfte att informera om riskerna med att exponeras för solen och att få människor att skydda sig mot solens strålar (SunSmart Victoria, u.å.). På grund av Australiens geografiska läge och dess tunnare ozonskikt är SunSmarts budskap att använda huvudbonad och befinna sig i skuggan i så stor utsträckning som möjligt. Dixon et al. (2008) konstaterade, efter att ha genomfört en kvantitativ innehållsanalys i damtidningar mellan 1987 och 2005, att det finns explicita och implicita budskap i deras bilder som motsäger den information SunSmart kommunicerar.



Exempelvis hade 89% av modellerna ingen huvudbonad och 87% av dem befann sig inte i skugga.

Dixon, Warne, Scully, Wakefield och Dobbinson (2011) har utgått från samma data som ovan, men kompletterat med telefonintervjuer, för att undersöka om det finns något samband mellan porträtterande av solning i damtidningar och vad kvinnor i Australien tänker om och hur de handlar kring solning. Deras resultat visar att det bland yngre kvinnor finns ett samband mellan exponering av bilder på solbruna kroppar och en positiv inställning till att själv vilja sola. Slutsatsen blir således att dessa magasin kan påverka kvinnors inställning och beteende kring solning. Likaså har Dixon et al. (2014) genom en kvantitativ innehållsanalys och telefonenkät kunnat antyda att nyhetsrapporteringen i dagstidningar mellan 1994 och 2007 haft en viktig agenda-sättande roll. De menar att studien kan förklara människors attityder och beteenden med grund i hur medier har rapporterat om solning och hudcancer under dessa år.

Kampanjen SunSmart har som tidigare berörts brottats med budskap i olika medier som, i vissa fall implicit, kunnat motverka kampanjens agenda. Däremot har studier visat att nyare diskurser, exempelvis om solens positiva effekter gällande D-vitamin, inte behöver vara till nackdel utan kan ses som en möjlighet att sprida kampanjmaterial ytterligare (Scully, Makin, Maloney & Wakefield, 2014).

Studier i USA har även kunnat visa att det finns ett samband mellan exponering av bilder på solbruna kvinnor i magasin och att som individ ha uppfattningen att dessa kvinnor är mer hälsosamma och attraktiva (Cho et al., 2010). Men det är inte enbart magasin och tidningar som har en agenda-sättande roll, utan vi kan även påverkas av innehåll från TV när det kommer till solning och att vara solbrun (Cho & Choi, 2011)

För att undersöka mediers påverkan genomförde Mahler et al. (2010) två experiment som visar på hur exponeringen av solbruna kroppar påverkar mottagarens attityd när det kommer till solning. Över 1000 kvinnor fick se på bilder och tidningsreklam med personer med eller utan tydlig solbrun hud. Resultatet visade att den grupp som exponerats för solbruna modeller hade en mer positiv inställning till solning, medans den grupp som exponerats för icke-solbruna modeller istället hade en mer negativ bild av solning.

### 3.4 Solning och risk

Varje gång en individ solar utsätter den sig för en risk. Riskkommunikation, och hur individer väljer att resonera kring och värdera olika risktaganden, är något som studerats inom många olika delar av kommunikationsforskningen och andra forskningsfält (se exempelvis Koblenzer, 1998 eller Slovic, 2000). Några som studerat risktagande i relation till solning är Sjöberg med kollegor (Sjöberg, Holm, Ullén & Brandberg, 2004). Deras forskning har varit

framträdande inom fältet och visar på att svenska ungdomar, trots hög kunskap om riskerna med solning, ändå väljer att utsätta sig för solens strålar med en önskan om att bli solbruna. Andra studier i Italien och Grekland visar, i linje med Sjöberg och kollegors forskning, att kunskapen om att solning kan leda till cancer är stor (Saridi et al., 2009; Suppa et al., 2013). Samtidigt finns det studier i skotsk kontext som visar att ungdomar har dålig kunskap om solens negativa påverkan (Kyle et al., 2014). Det kan således konstateras att kunskapen om solens negativa påverkan fluktuerar beroende på vilket land eller område man kommer ifrån (Sjöberg et al., 2004).

Trots att det finns kunskap om att solning medför hälsorisker så utsätter sig många för dessa risker då man anser att det positiva med solning överväger de negativa konsekvenserna (Calder & Aitken, 2008; Kemp & Eagle, 2009; Kyle et al., 2014; Sjöberg, 2003; White et al., 2008). Svenska ungdomar med större kunskap om de negativa hälsoeffekterna rapporterade paradoxalt en högre exponering av solen än de ungdomar med mindre kunskap om konsekvenserna (Bränström et al., 2001). En förklaring till detta är enligt Larsman, Eklöf, & Törner (2012) att de negativa hälsoeffekterna inte gör sig till synes direkt utan uppkommer långt senare samtidigt som de positiva effekterna som att bli brun, och därmed känna sig mer attraktiv, blir en direkt följd. En annan anledning till att vi väljer att sola är de positiva attribut som tillskrivs en solbrun person, som att leva ett mer aktivt liv och vara mer risktagande, vilket kan kopplas till det solbruna skönhetsidealet (Bränström et al., 2001).

Vidare finns det även ett utbredd antagande om att solen är positiv för vår kropp och vårt välmående, något som till viss del stämmer, vilket vi går in på i följande avsnitt (Sjöberg, 2003).

### 3.5 Positiva effekter av solning

I tillägg till de negativa konsekvenserna av att utsätta sig för solens strålar finns det som ovan nämnt ett antagande om att solen är bra för oss. I Sverige kan vi se en viss "solhets" där vi tar alla chanser att på hemmaplan exponera oss för solens strålar, samtidigt som vi väljer att resa utomlands till sol och värme (Strålsäkerhetsmyndigheten, 2018). Bakom detta beteende kan finnas tidigare nämnda skönhetsideal, men även det faktum att solen faktiskt kan ha positiva hälsoeffekter. Det finns vetenskapliga bevis för att solens strålar kan vara bra för människan. Från exponering av solens strålar kan kroppen få vitamin-D, och en för låg grad av detta vitamin kan göra att man drabbas av skelett och muskelrelaterade sjukdomar (Misra, Pacaud, Petryk, Collett-Solberg & Kappy, 2008; Papadimitropoulos et al., 2002; Trivedi, Doll & Khaw, 2003). Inom forskningsfältet för kommunikation har Scully et al. (2008) kunnat visa att kommunikation kopplat till D-vitamin och solens positiva nytta för oss människor tagit en allt större plats i diskursen, och fler forskare menar att detta kan vara problematisk när det kommer till cancerförebyggande kommunikation (Clipp et al., 2011; Youl, Janda & Kimlin, 2009).

## 4. Syfte och frågeställningar

I relation till uppsatsens problematisering vill studien djupare undersöka hur det svenska hälso- och träningsmagasinet Topphälsa förhåller sig till det faktum att exponering för solens strålar kan vara farligt och en problematisk aspekt av en livsstil. Vidare vill studien undersöka huruvida det går att se några förändringar kring detta förhållningssätt år 2008 jämfört med 2018.

- Hur framställs kvinnliga västerländska kroppar i relation till solning och att vara solbrun på bilder i det svenska hälso- och träningsmagasinet Topphälsa?
- Skriver det svenska hälso- och träningsmagasinet Topphälsa om solning och att vara solbrun? Hur skriver de i sådana fall om solning och att vara solbrun?
- Går det att se några förändringar i framställningen av bilder på kvinnliga västerländska kroppar och redaktionella texter kopplade till solning och att vara solbrun år 2008 jämfört med år 2018?

## 5. Teoretiskt ramverk

### 5.1 Cultural Studies

När det kommer till att undersöka innehåll i medier och mediers påverkan på människors världsuppfattning är utgångspunkten i denna uppsats att människor skapar sin verklighet och världsbild genom sociala processer. Detta med grund i Stuart Halls (1997) tankar om *Cultural Studies* som lägger tonvikten vid *hur* människor och grupper skapar de uppfattningar, världsbilder och attityder som de besitter. Hall menar att kultur handlar om en process där vi skapar och utbyter mening. Därigenom kan det inom en kultur bildas gemensamma "sanningar" som exempelvis att det är fräscht att vara solbrun. Han förklarar den sociala processen som att:

*"To say that two people belong to the same culture is to say that they interpret the world in roughly the same ways and can express themselves, their thoughts and their feelings about the world, in ways which will be understood by each other."* (Hall, 1997:2)

Det handlar således om att vi tillsammans med andra lever och verkar i kulturer som i sig ger uttryck för olika livsstilar, livsåskådningar och ideal. Vi delar inom en kultur eller livsstil gemensamma "kulturella koder" som fungerar likt ett ramverk bestående av idéer, värderingar, tankar och bilder. Vi skapar sedan kollektiv mening om saker, händelser och fenomen beroende på vilka ord vi använder om dem, vilka historier vi berättar kring dem, vilka bilder vi producerar och vilka känslor som är kopplade till dessa företeelser.

Processen att skapa och kommunicera mening kan förklaras med att alla medlemmar inom en kultur talar ett gemensamt "språk". Dessa språk, som Hall (ibid.) benämner som "systems of representation", bygger på element som representerar vad vi vill säga för att uttrycka en tanke, värdering eller känsla. Ett välanvänt exempel från Hall är det om trafikljus där han tydligt exemplifierar att vi gemensamt, inom en kultur, kommit överens om att rött betyder "stopp" medan grönt betyder "gå". Det skulle lika väl kunna vara tvärtom. I relation till hälso- och träningsmagasinet Topphälsa så blir de bilder som publicerats och de texter som författats ett "system of representation" för att kommunicera de kulturer och livsstilar som magasinet förmedlar.

Ovan exemplifiering är däremot mycket mer komplicerad och omfattande än vad som möjligen gjort sig gällande. För att förklara Halls tankar kring hur vi gemensamt skapar mening får vi vända oss till *semiotiken* - läran om tecken. Vi kommer att gå in djupare på detta senare i teorikapitlet.

### 5.1.1 Identitetsskapande

Kathryn Woodward (1997), som är en framstående forskare inom identitetsskapande, bygger vidare på Halls tankar om kultur och kopplar det till en persons identitet. Grunden i identitetsskapande, enligt Woodward, är subjektivitet. Det handlar om att vi som människor besitter ett "sense of self" som består av omedvetna tankar och känslor som konstituerar vilka vi är. Vi tar sedan med oss dessa tankar och känslor när vi identifierar oss med olika kulturer. Vår identitet skapas i en större social och kommunikativ kontext där det omgivande språket och kulturen ger mening till vår uppfattning om vilka vi är och i vilken kultur vår identitet hör hemma.

### 5.1.2 Mediernas påverkan och makt

Woodward (1997) ser på medier som att de har en stor påverkan på hur vi formar våra identiteter. Hon menar att medier fungerar som en informationskanal med vilken vi kan ta reda på hur det skulle kännas att vara någon annan. Hon uttrycker det som att medier kan vara ett hjälpmedel i att svara på frågan "*who am I?; what could I be?; who do I want to be?*". (ibid:14)

En stor del av Cultural Studies handlar även om makt ur olika aspekter. En sådan är att medier besitter stor makt och har en betydande påverkan när det kommer till att skapa och återskapa olika kulturer och livsstilar. Med detta menas att medier har en position i samhället där de till viss del äger och således kontrollerar kulturell produktion. Konsekvenser av detta är exempelvis att medier gynnar dem som redan befinner sig i maktposition i samhället och att kapitalistiska intressen kan styra över samhällets eller grupperas kultur. Medier kan således ha en möjlighet att bygga upp en livsstil kring det solbruna skönhetsidealet som bygger på intressen hos multinationella företag och deras vinstdrivande agenda. Diskussionen kring mediernas makt kopplat till kultur och livsstilar kan således kokas ner till att det inte handlar om vad för mening som kommuniceras, utan istället vems mening det är (Barker, 2012).

## 5.2 Semiotik

Som tidigare nämnt utgick Stuart Hall i sina tankar kring Cultural Studies från *semiotiken*. Detta är en teori som ger möjlighet att studera hur vi använder tecken och bilder för att skapa mening, tolka och förmedla budskap. Grunden i semiotiken är att all kommunikation består av olika tecken vilka är laddade med olika mening, och att dessa tecken således används när vi kommunicerar (Barthes, 1964). Detta gäller både språkliga och visuella element (Bignell, 2002).

Ovan nämnda tecken kan, med grund i den schweiziske lingvisten Saussure, delas in i två delar. Det handlar om tecknets uttryck och innehåll, på svenska översatt till det betecknande (*the signifier*) och det betecknade (*the signified*) (Hall, 1997). Dessa två element bildar sedan

ett tecken (*sign*). Det betecknande handlar om vad man faktiskt ser framför sig såsom det faktiska ordet eller en bild på en person med en hatt. Det betecknade är istället de associationer man får till det man ser. Det kan handla om att koppla ett rosa band till kampen mot bröstcancer.

De två nivåerna av ett tecken, det betecknande och det betecknade, benämner Roland Barthes (1964) som nivån för denotation och nivån för konnotation. Det förstnämnda, denotation, handlar således om relationen mellan ett tecken och dess grundbetydelse i verkligheten. Vidare belyser konnotation relationen mellan ett tecken och dess dolda betydelse (ibid.). Utgångspunkten är att när vi ser och tolkar en bild så gör vi det utifrån vad vi själva upplever att den symboliserar och föreställer. Denna tolkning bygger på vår egna kunskap, känslor och våra kulturella värderingar. En bilds konnotationer blir således de associationer som betraktaren upplever. Detta är dock inga enskilda eller privata associationer, utan det handlar om kulturella sådana. Förutsättningen är att personer från samma kultur delar dessa associationer och kan således kopplas till gemensamma kulturella föreställningar (Eriksson & Göthlund, 2004). I vår studie kommer vi använda dessa nivåer för att identifiera och synliggöra bilder och texter samt deras meningsbärande enheter som kan ge uttryck för en livsstil och dess skönhetsideal.

### 5.3 Agenda-setting theory

Vår studie ämnar även att ta utgångspunkt i de mer objektiva teorierna Agenda-setting theory och framing. Dessa teorier handlar om hur ämnen och innehåll som rapporteras i medier blir viktiga respektive formar hur vi uppfattar och förhåller oss till dessa företeelser i vår omvärld (Goffman, 1974; McCombs & Shaw, 1972).

I och med massmediernas uppkomst blev det av intresse att studera hur rapporteringen i medier står sig i relation till samhällets uppfattning och vad människor ser som intressant och viktigt. Hur korrelationen mellan mediernas rapportering och samhällets intressen såg ut var något som intresserade forskarna McCombs och Shaw (1972). Det hade tidigare funnits en uppfattning om att medierna skildrar det som samhället ansåg vara viktigt och att rapporteringen var en verkan av människornas intressen. McCombs och Shaw (ibid.) valde dock att se omvänt på detta samband och menade att det är de ämnen som medierna rapporterar om som sedan blir det gemene man anser vara viktigt. Agenda-setting theory menar på att medier, genom mer frekvent och omfattande rapportering om ett utvalt antal områden, har möjlighet att sätta agendan i samhället. Påföljden av mediernas rapportering blir att människor anser att de ämnen som det rapporteras om är det som är av störst vikt i samhället.

### 5.3.1 Framing

Som nämnt ovan kan medier inta en agendasättande roll och därmed påverka vilka händelser och sakfrågor som mottagarna ges möjligheten att bilda åsikter kring, i och med sin rapportering. En vidareutveckling av ovan teori är framing. Denna teori förklarar hur medierna kan ta ytterligare ett steg i att styra över individer och samhällets åsikter och uppfattningar. Med andra ord så talar Agenda-setting theory om för mottagarna *vad* de ska ha åsikter kring, medan framing talar om *hur* dessa åsikter ska se ut (Entman, 1993).

Framing är det verktyg medierna kan nyttja för att betona och förstärka utvalda delar av innehållet. Textuellt kan det handla om journalistisk vinkel eller exempelvis huruvida en händelse framställs som positiv eller negativ. Visuellt tar sig framing uttryck i att dels välja bilder där ett specifikt attribut är framträdande men även genom bildernas placering. Sett till det visuella så är bilder effektiva framingverktyg då den kognitiva belastningen blir mindre för mottagaren i jämförelse med att läsa en text, vilket gör teorin särskilt kompatibel med delar av studiens analysmaterial som består av bilder (Entman, 1993; Rodriguez & Dimitrova, 2011).

Chong & Druckman (2007) redogör i sin nutida genomgång av framing att det är essentiellt för människors välmående att forma egna åsikter och att dessa åsikter har en avgörande betydelse i ett fungerande demokratiskt samhälle. De menar att det är nödvändigt att samhällsinvånare kan definiera sig själva åtminstone till viss del utifrån sina personliga åsikter. Som vi tidigare varit inne på förklarar och problematiserar framing det faktum att de åsikter och uppfattningar som Chong & Druckman (ibid.) menar kan vara avgörande både på individ- och samhällsnivå är formade av medier.

Det finns relevans i att använda konceptet kring framing i denna studie då det är av intresse att undersöka hur det analyserade magasinet presenterar och förpackar sitt innehåll, då det kan ha påverkan på hur mottagarna konstruerar sin verklighet. Det kan därmed även konstituera uppfattningar, åsikter och beteenden kring det valda ämnet – solning.

## 6. Metod

### 6.1 Val av metod

#### 6.1.1 Kvalitativ ansats

Syftet med aktuell studie är att djupare undersöka hur det svenska hälso- och träningsmagasinet Topphälsa förhåller sig till det faktum att exponering för solens strålar kan vara farligt och en problematisk aspekt av en livsstil. I uppsatsens syfte och frågeställningar ingår att på djupet analysera bilder och texter för att identifiera underliggande budskap och mening som i sin tur kan kopplas till olika kulturer, livsstilar och dess ideal. Mot ovan bakgrund lämpar sig en kvalitativ ansats väl.

Att vi valt att använda en kvalitativ ansats ger oss möjlighet att få en djupare förståelse för underliggande betydelser och budskap i magasinets bilder och texter. Metoden anses lämplig för att studera mening, meningsskapande, kulturella föreställningar och dess sociala processer, vilket är just det denna studie intresserar sig för (Esaiasson, Gilljam, Oscarsson, Towns & Wängnerud, 2017). Vi har därmed kunnat identifiera både manifesta och latenta budskap från magasinet vilket bidrar till förståelse för hur Topphälsa förhåller sig till olika livsstilar kopplat till solning och att vara solbrun.

Valet av en kvalitativ metod grundar sig som nämnt tidigare primärt i dess möjligheter att nå innehåll som döljer sig under ytan. Att skaffa sig den typen av information skapar även goda och nödvändiga förutsättningar för att förstå helheten i en bild eller text, vilket aktuell studie ämnar göra (ibid.). Det handlar således inte om att enbart se till summan av en bild eller texts olika delar, utan på ett djupare plan förstå helheten.

Vi har i aktuell studie även valt att inkludera kvantitativa frekvenstabeller under presentationen av studiens resultat. Detta kvantitativa inslag står i viss kontrast till studiens övergripande kvalitativa ansats. Att se på ett fenomen utifrån exempelvis frekvens är mindre intressant ur ett kvalitativt perspektiv. Däremot menar Esaiasson et al. (ibid.) att kvantitativa mått kan vara en viktig komponent för att få fram hur ofta teman förekommer och således vara ett bra komplement för den kvalitativa analysen. Studien kommer således inte genomsyras av ett kvantitativt förhållningssätt utan detta kommer endast att användas som stöd för att göra resultatet mer detaljerat och tydligt.

Hade vi istället endast valt en kvantitativ metod med frekvensundersökning av vilka bilder och ord som används i magasinet hade vi missat underliggande budskap i det studerade materialet. Detta då en kvantitativ metodologi istället intresserar sig för saker ur ett mer översiktligt perspektiv fokuserat på samband och frekvens. Då studiens syfte och



frågeställningar djupare vill undersöka bland annat hur västerländska kvinnor porträtteras i utvalt magasin anses alltså en övervägande kvalitativ metod vara bäst lämpad.

Kritik kan riktas gentemot den kvalitativa ansatsen där fokus ligger på att tolka material. Kritiker menar att tolkandet är subjektivt och därmed inte lika tillförlitligt som en mer objektiv studie. Med detta menas att forskarens egna erfarenheter och uppfattningar i alltför stor utsträckning kan påverka resultatet (ibid.). För aktuell studie kan det innebära att personer som undersöker samma bilder med samma metodologi kan tolka dessa bilder på annat sätt än studiens ursprungliga forskargrupp. Vi kommer bemöta denna kritik ytterligare i kapitel 6.4 Validitet och reliabilitet.

### 6.1.2 Bild och textanalys

För att besvara forskningsfrågorna kring hur magasinet Topphälsa framställer kvinnliga västerländska kroppar i relation till solning och att vara solbrun, samt om och hur de skriver om solning och att vara solbrun kommer en semiotisk inspirerad bildanalys och en mindre textanalys genomföras. Dessa metoder lämpar sig båda väl för att analysera bakomliggande mening och betydelse i bild och text.

Den semiotiskt inspirerade bildanalysen kommer undersöka bildernas denotativa- och konnotativa nivå vilket innebär att vi kan blottlägga bildernas direkta men även underliggande betydelse. Denna analys kommer sedan ge oss möjlighet att koppla de meningsbärande enheterna till olika livsstilar som i sin tur sedan kan kopplas till solning och att vara solbrun.

Vi kommer även genomföra en mindre textanalys för att undersöka om och hur Topphälsa skriver om solning och att vara solbrun. I tillägg till bildanalysen kommer textanalysen ge oss en djupare förståelse för redaktionellt innehåll i magasinet som sedan kan kopplas, tillsammans med analyserade bilder, till magasinets övergripande förhållningssätt till solning och att vara solbrun.

Likt den kritik som riktats mot den kvalitativa ansatsen i stort finns liknande kritik mot bild- och textanalys. Fiske (1990) menar, i relation till bildanalys, att det är viktigt att vara medveten om att tolkningar är subjektiva och temporära. Det betyder att alla tolkar bilder på olika sätt i olika situationer baserat på ens egna erfarenheter och den kultur i vilket man verkar. Konsekvensen av detta blir således att en bild kan få helt olika betydelse beroende på vem som tolkar den.

## 6.2 Urval och avgränsning

### 6.2.1 Topphälsa

Vi har valt att genomföra aktuell studie baserat på det svenska hälso- och träningsmagasinet Topphälsa. Som vi tidigare varit inne på kan hälso- och träningsmagasin fungera som en informations- och inspirationskanal för personer som eftersträvar ett mer hälsosamt liv. Forskning har klargjort att artiklar, krönikor, bilder och reklam i dessa magasin både kan uppmana till ett hälsosamt, men även riskfyllt beteende (se exempelvis Basch et al., 2014; Cho et al., 2010).

Vi har valt Topphälsa då det är ett av Sveriges ledande och mest lästa magasin (101 000 läsare per nummer 2018) inom sin genre, samtidigt som att deras målgrupp är kvinnor 25-54 år (Kantar Sifo, 2018). Magasinets vision är att hjälpa personer till *“ett skönare, härligare och hälsosammare liv samt ge läsarna den smarta vägen till naturlig skönhet”* (Bonnier Magazines & Brands, u.å.). Studier har påvisat att magasin och dess tillhörande bilder, framförallt gentemot en kvinnlig målgrupp, har påverkan på hur dessa kvinnor formar kroppsrelaterade åsikter och beteenden (se exempelvis Grabe et al., 2008; Hawkins et al., 2004).

Det är av stor vikt för vår studie att det studerade magasinet har en stor läsekrets i Sverige då vi anser att detta ger magasinet större ”makt” och därmed större möjlighet att påverka fler kvinnor och deras uppfattningar, kultur, livsstil och skönhetsideal. Likaså är det av stor vikt att målgruppen för aktuellt magasin sammanfaller med den del av den yngre befolkningen som i störst utsträckning drabbas av malignt melanom, vilket är kvinnor. Dessa faktorer gör att Topphälsa är väl passande att undersöka i relation till studiens syfte och frågeställningar.

Aktuell studie ämnar, med sin kvalitativa ansats, att gå på djupet och förklara hur ett magasin förhåller sig till solning och att vara solbrun. Vi anser det därför lämpligt att studera endast ett magasin istället för ett större antal. Fler magasin hade kunnat ge en större bredd och bidra till större mångfald i det undersökta materialet, men hade då begränsat möjligheterna till mer intensiva och mer djupgående studier. Esaiasson et al. (2017) menar att en text eller bilds verkliga budskap finns *“dolt under ytan”* och det är först när man som forskare får möjlighet att lägga tid på att komma på djupet som dessa budskap kommer fram.

### 6.2.2 Val av bilder och artiklar

De bilder som är intressanta för uppsatsens syfte, och därmed kommer inkluderas i den semiotiska bildanalysen, är bilder där västerländska ljushyade kvinnor porträtteras. I urvalet väljer vi således att exkludera bilder där modellen tydligt har en annan hudfärg och annan härkomst än beslutat urval.

De texter som är intressanta för uppsatsens syfte är de som innehåller nyckelord kopplade till solning och att vara solbrun. I urvalet väljer vi således att exkludera artiklar som inte innehåller sådana nyckelord.

Nedan går vi igenom urvalskriterierna och denna process mer i detalj.

### 6.2.3 Bildernas format och form

Storleken på inkluderade bilder ska passa in i ett A2-format vilket är minst 148 x 105 millimeter. Det innebär att studerade bilder får relativt stort utrymme i magasinet, ofta i samband med huvudreportage eller andra större avsnitt. Exkluderingen av mindre bilder innebär även att vi ej kommer analysera de återkommande medarbetarbilderna och bilder tillhörande notiser eller mindre reportage.

Det studerade objektet, kvinnan, ska vara i förgrunden och bilden ska porträttera max tre personer. Bilden ska vara i färg. Ovan avgränsningar möjliggör för oss att på ett säkrare sätt kunna identifiera hudfärg, härkomst och grad av solbrunhet i studerade bilder.

Duplicerade bilder kommer enbart analyseras en gång.

### 6.2.4 Bildernas motiv och objekt

Inkluderade bilder kommer endast porträttera kvinnor. Således exkluderas bilder innehållande män eller enbart objekt såsom produkter. Likaså exkluderas illustrationer eller andra figurer som gestaltar kvinnor. Bakgrunden till detta är att vi ämnar studera livsstilar och ideal som bygger på gestaltning av verkliga kvinnor.

Modellen på bilden ska upplevas vara ljushyad. Exkluderas gör bilder som tydligt visar modeller med mörkare hudfärg. Detta med grund i att ljushyade personer i större utsträckning är en riskgrupp för malignt melanom. Likaså möjliggör det att forskargruppen på ett säkrare sätt kan fastställa graden av solbrunhet för studerade objekt.

Modellen på bilden ska upplevas ha en västerländsk härkomst. Exkluderas gör bilder som tydligt visar modeller med exempelvis asiatisk härkomst. Denna avgränsning grundar sig i att det i olika kulturer finns olika skönhetsideal. Studier har kunnat visa att skönhetsideal kan vara annorlunda i olika delar av världen (Xie & Zhang, 2013). Som tidigare nämnt vill denna studie undersöka den västerländska kulturen och dess ideal.

Vi kommer redogöra ytterligare för problematiken kopplat till ovan bedömning i kapitel 6.4 Validitet och reliabilitet.

### 6.2.5 Bildernas genre

Urvalet kommer exkludera bilder som återfinns i magasinet i form av annonsmaterial. Detta då vi endast vill analysera bilder där redaktionsledning och journalist haft direkt möjlighet att påverka bildens utformning. Annonser är en genre som innebär att innehållet är skapat för att främja försäljningen av en vara eller en tjänst och har en tydlig avsändare som ej är aktuellt magasin. Exempelvis handlar det om bilder med ordet “annons” inkluderat.

### 6.2.6 Textuellt innehåll

Studien kommer inkludera redaktionella artiklar och notiser. Dessa texter måste innehålla något av följande ord: sol\* (såsom exempelvis solning, solbränd, solskydd, solkysst), brun\*, hud\* (såsom exempelvis hudcancer), UV och SPF. Denna avgränsning exkluderar artiklar som ej handlar om solning och att vara solbrun.

### 6.2.7 Textens genre

Urvalet kommer exkludera artiklar och notiser som återfinns i magasinet i form av annonsmaterial. Detta då vi endast vill analysera texter där redaktionsledning och journalist haft direkt möjlighet att påverka textens innehåll och utformning. Annonser urskiljs genom att fastslå vem som är avsändaren av informationen, då det vid annonser tydligt är en extern avsändare (annan än magasinet själv).

### 6.2.8 Tidsperiod

Innehållsanalysen kommer genomföras under två kalenderår, 2008 och 2018, där samtliga tretton nummer från vardera år studeras. Att analysera två av magasinets utgåvor med tio års mellanrum möjliggör att studera om det har skett en förändring i magasinets förhållningssätt till solning och att vara solbrun vilket är en del av syftet med studien.

Vi har valt att analysera samtliga utgåvor från 2018 då det ger en uppdaterad bild över magasinets redaktionella innehåll. Detta ger även möjlighet att studera ett komplett kalenderår. Då vi även ämnar undersöka om det skett en förändring över tid har vi gjort ett strategiskt val att analysera utgåvorna under 2008. Detta med grund i att antalet som insjuknat i malignt melanom under detta decennium har ökat (Cancerfonden, 2018a; WHO, u.å.). En annan faktor bakom urvalet är att vi anser det vara av vikt att magasinet är etablerat på marknaden. Hälso- och träningsmagasinet Topphälsa gav ut sitt första nummer år 2004. Vi har däremot aktivt valt att studera år 2008 då magasinet detta år hade en räckvidd på 113 000 läsare (Kantar Sifo, u.å.). Det är i princip på liknande nivå som 2018, vilket tyder på att magasinet 2008 var etablerat på marknaden.

## 6.2.9 Omfattning

I sin helhet omfattade urvalet totalt 6034 bilder under åren 2008 och 2018. Fördelning mellan åren var 3343 bilder 2008 och 2691 bilder 2018. Efter att ha exkluderat de bilder som faller utanför uppsatsens urvalskriterier krymptes antalet ner till totalt 482 bilder. Fördelningen mellan åren var 265 bilder 2008 och 217 bilder 2018.

I sin helhet omfattade studerade magasin mer än 3000 texter under åren 2008 och 2018. Efter en relativt betydande exkludering av de texter som ej uppfyller uppsatsens urvalskriterier krymptes antalet ner till totalt 52 texter. Fördelningen mellan åren var 31 texter 2008 och 21 texter 2018.

## 6.2.10 Magasinens tillförlitlighet

De magasin som analyserats har tillhandahållits av Göteborgs universitetsbibliotek. Samtliga analyserade nummer har varit intakta och i utmärkt skick. Vid analys av bilder har forskargruppen suttit vid samma plats och med samma ljussättning. Samtliga bilder har bedömts med den fysiska utgåvan som underlag. En fördel med detta är att bilderna således har bedömts i sitt ursprungliga sammanhang och ej är lösryckta. Likaså har bilderna bedömts i sin verkliga storlek och ursprungliga upplösning. Digitala bilder har endast använts som referens i systematiseringsprocessen.

## 6.3 Tillvägagångssätt och genomförande

### 6.3.1 Urvalsprocessen

För att på ett korrekt sätt fastställa vilka bilder som ska inkluderas i analysen har vi i vår urvalsprocess följt nedan steg, kopplat till de urvalskriterier som utformats för studien. Under processen har samtliga tre forskare varit delaktiga och vid oklarheter har dessa tagits upp för diskussion. Fördelen med att alla har varit inkluderade i dessa diskussioner och i urvalsprocessen är att vi på ett bättre sätt kunnat säkerställa att vi korrekt och konsekvent följt uppsatsens urvalskriterier.

## 6.3.2 Bildurval

### **Steg 1 - Format och form**

Första steget innefattar att exkludera bilder av felaktig storlek. Det kan konstateras att detta kriterium är det som kommer sälla bort flest bilder. För att avgöra en bilds storlek används en framtagen mall med det specifika mått som en bild måste uppfylla. Denna mall har sedan lagts över bilden i magasinet för att avgöra om bilden är tillräckligt stor.

I nästa steg har vi exkluderat bilder som ej är i färg, de bilder där objektet ej är i förgrunden eller till stora delar dolt samt bilder som innefattar fler än tre personer. Det sistnämnda har varit relativt enkelt att bedöma, men däremot har vi upplevt en större problematik kring att avgöra om ett objekt upplevs vara i förgrunden eller ej samt hur mycket av ett objekt som måste synas för att inkluderas i analysmaterialet. I dessa diskussioner har forskargruppen tagit beslutet att exkludera bilder där objektet är såpass långt ifrån eller såpass dolt att det blir svårt att avgöra härkomst, hudfärg och grad av solbrunhet. Detta direkt kopplat till bakomliggande syfte med aktuell avgränsning.

Slutligen har vi exkluderat duplicerade bilder.

När ovan process är färdig har vi endast kvar de bilder som uppnår urvalskriterierna för format och form.

### **Steg 2 - Bildernas motiv**

Bilderna i aktuell studie ska föreställa kvinnor. Forskargruppen kommer utgå från sin intuitiva förståelse kring vem som är kvinna. Detta kan tyckas problematiskt, men vi har inte under urvalsprocessen haft några upplevda problem att tydligt identifiera kvinnor baserat på detta ramverk för bedömning av kön. Andra steget av urvalsprocessen innebär följaktligen att vi i detalj har studerat de porträtterade motiven och exkluderat bilder föreställande män eller objekt såsom produkter och andra föremål.

Vidare har bilder med illustrationer eller andra figurer som gestaltar kvinnor exkluderats. Detta innefattar till exempel animerade eller tecknade bilder. Bakgrunden till detta är att vi ämnar studera livsstilar och ideal som bygger på gestaltning av verkliga kvinnor.

I nästa steg av urvalsprocessen har vi exkluderat bilder med motiv av personer med annan härkomst och annan hudfärg än bilder med de kriterier som ämnas studeras inom ramen för den här uppsatsen. Få bilder har däremot exkluderats mot bakgrund av dessa kriterier gällande bildernas motiv. Således kan konstateras att bilderna i studerade magasin har en tämligen homogen gestaltning i form av västerländska ljushyade kvinnor.

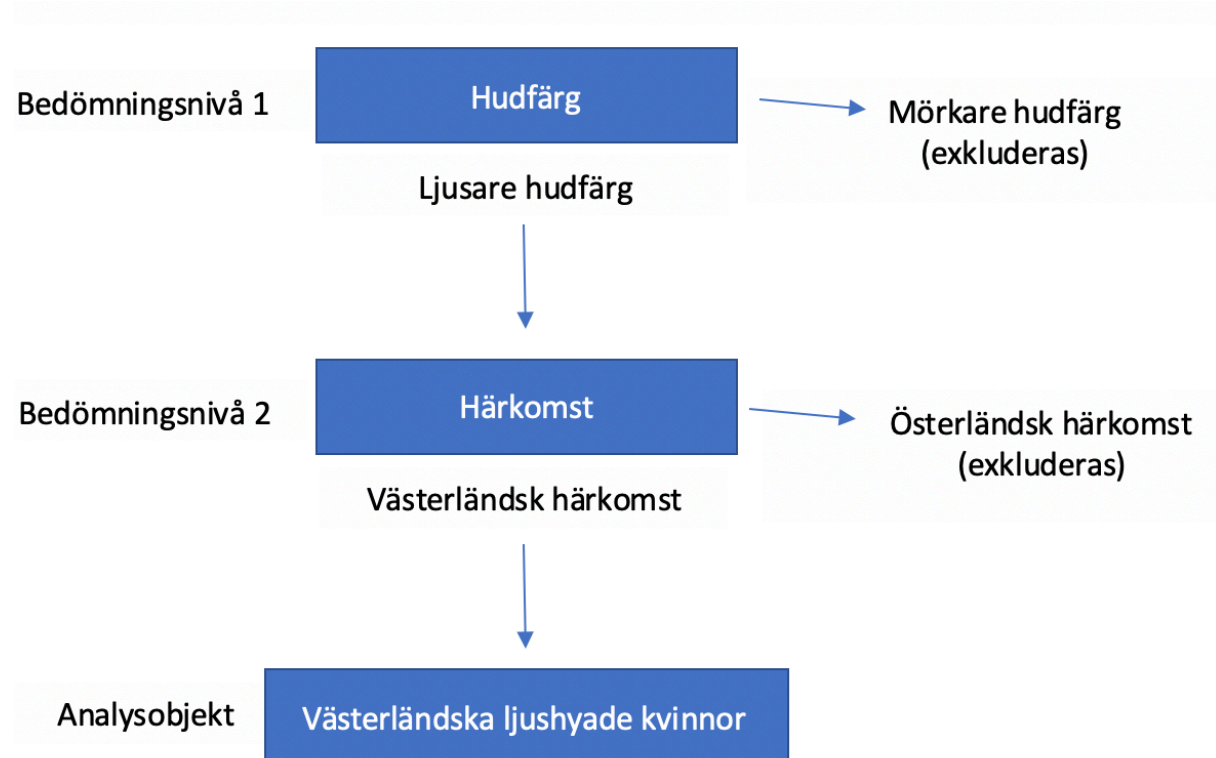
När bilderna har exkluderats mot bakgrund av hudfärg eller härkomst har vi använt nedan bedömningsmodell (se Figur 1). Denna bedömningsmodell är resultatet av att forskargruppen testat olika modeller för att avgöra hudfärg och härkomst. Den valda modellen är anpassad för att på ett enkelt och tydligt sätt ta hänsyn till både hudfärg och härkomst.

Modellen bedömer först huruvida en person har den hudfärg som uppfyller aktuellt urvalskriterium. De personer som har mörkare hudfärg exkluderas. För att bedöma en persons hudfärg har forskargruppen utgått från referensbilder hämtade från en öppen mediabank. Vid tveksamheter eller bilder som upplevts hamna i gråzonen har dessa tagits upp och diskuterats inom forskargruppen innan en slutgiltig bedömning gjorts.

De personer som är kvar efter första bedömningsnivån har alla ljusare hudfärg. Under nästa bedömningsnivå avgörs sedan om personen har ett västerländskt eller österländskt ursprung. De personer som har ett asiatiskt utseende exkluderas. Likt tidigare används referensbilder från en öppen mediabank för att avgöra en persons ursprung.

När ovan process är färdig har vi endast kvar de bilder som uppnår urvalskriterierna för både bildernas format och form.

**Figur 1.**



### **Steg 3 - Bildernas genre**

I tredje steget har vi avslutningsvis exkluderat bilder som utgör eller är en del av annonsmaterial. Annonser kan tämligen enkelt urskiljas från det redaktionella materialet genom att fastslå vem som är avsändaren. I de avseenden där det finns oklarheter kring om det är annonsmaterial, exempelvis om det vid första anblick ser ut som en redaktionell artikel med tillhörande bilder, måste Topphälsa inkludera ordet "annons". Vi har således exkluderat annonsmaterial utefter vår egen bedömning av vad som är en annons, samt de avsnitt som Topphälsa benämner som "annons".

När ovan process är färdig har vi endast kvar de bilder som uppnår urvalskriterierna för format och form, motiv och genre. Dessa bilder är de som utgör analysobjekten i aktuell studie.

#### **6.3.3 Texturval**

##### **Steg 1 – innehåll**

Samtliga redaktionella artiklar och notiser har lästs igenom av forskargruppen. Av dessa texter har de artiklar och notiser som innehåller något av följande nyckelord inkluderats: sol\* (såsom exempelvis solning, solbränd, solskydd, solkysst), brun\*, hud\* (såsom exempelvis hudcancer), UV och SPF. Dessa texter har sedan mer grundligt lästs igenom av forskargruppen och de texter som saknar relevans i relation till solning och att vara solbrun har exkluderats.

När ovan process är färdig har vi kvar relevanta texter som på något sätt behandlar solning och att vara solbrun.

##### **Steg 2 – genre**

I detta steg har vi exkluderat artiklar och notiser som återfinns i magasinet i form av annonsmaterial. Detta då vi endast vill analysera texter där redaktionsledning och journalist haft direkt möjlighet att påverka textens innehåll och utformning.

Som tidigare nämnt är annonser tämligen enkla att urskiljas från det redaktionella materialet genom att fastslå avsändaren samt de artiklar där Topphälsa varit tvungna att skriva "annons". Vi har således exkluderat annonsmaterial utefter vår egen bedömning av vad som är en annons, samt de avsnitt som Topphälsa benämner som "annons".

När ovan process är färdig har vi endast kvar de texter som är relevanta när det kommer till innehåll och genre. Dessa texter är de som utgör analysobjekten i aktuell studie.



### 6.3.4 Semiotisk inspirerad bildanalys

För att på djupet analysera utvalda analysobjekt kommer vi genomföra en semiotiskt inspirerad bildanalys. McWirther & Hoffman-Goetz (2012) har undersökt hur forskare tidigare studerat och utvärderat bilder i kvalitativa studier om solning. De konstaterar att ingen av de utvalda studierna explicit använder någon kommunikationsteori som bakgrund för sitt urval och sin analys. Likaså använder ingen av tidigare studier standardiserade analys-scheman. McWirther & Hoffman-Goetz (ibid.) höjer ett varningens finger kring att implicit använda kommunikationsteorier då risken finns att man som forskare inte är medveten om vilken teori man använder. Likaså menar dem att det finns risk för felaktigheter och större bias i analysen om man inte använder någon form av standardiserat analys-schema.

Mot bakgrund av ovan kritik kommer vår bildanalys vara semiotiskt inspirerad, grundad på flera kommunikationsteorier och följa ett standardiserat analys-schema som innehåller de frågor som vi kommer ställa till varje enskilt analysobjekt. Med grund i semiotiken utgår analysen från att det finns betydelser i visuella uttryck som går djupare än vad bilderna faktiskt visar. Dessa betydelser tolkar sedan läsaren utifrån en kombination av nationella, kulturella och grupp-specifika förutsättningar som kan kopplas till olika livsstilar och dess ideal (Hall, 1997). Vi tillämpar således inte semiotiken på aktuell studie med syfte att utröna maktskillnader eller maktkritik likt exempelvis kritisk diskursanalys (Fairclough, 2013). Istället använder vi semiotiken för att djupare undersöka och analysera nyss nämnda förutsättningar och dess relaterade livsstilar.

Analys-schemat i aktuell studie kommer baseras på de nivåer som inom semiotiken kallas denotation och konnotation. På denotationsnivån ställer vi konkreta frågor till bilderna för att försöka beskriva de meningsbärande enheter som sedan laddas med innehåll. Efter att ha analyserat alla bilder utefter frågorna på aktuell nivå får vi även en överblick över innehållet i bilderna.

På konnotationsnivån ställer vi frågor till bilderna för att på djupet undersöka vilka implicita budskap och meningar, som de faktorer som har identifierats i första steget, är laddade med.

<p><b>Denotationsnivå</b></p> <p><b>Vem?</b> <i>Vem ser vi på bilden? Här bedöms även om personen är känd eller okänd.</i></p> <p><b>Var?</b> <i>Var befinner sig personen? Här beskrivs om personen befinner sig inomhus eller utomhus samt beskriver omgivningen mer i detalj.</i></p> <p><b>Vad?</b> <i>Vilken situation? Vad gör personen på bilden? Här beskrivs aktiviteten som utförs i bilden.</i></p> <p><b>Solbrunhet?</b> <i>Vilken grad av solbrunhet har personen? Upplevs personen på bilden visa mycket exponerad hud?</i></p>
<p><b>Konnotationsnivå</b></p> <p><b>Vem?</b> <i>Här bedöms en persons utstrålning och apell. Vidare bedöms personens ålder.</i></p> <p><b>Var?</b> <i>Vad ger personens omgivning för intryck? Här kan det exempelvis vara så att en utomhusmiljö med grönska ger en känsla av friluftsliv, medan porträtteringen av ett berg kan ge en känsla av utmaning. Likaså bedöms huruvida bilden upplevs vara från en svensk eller exotisk kontext.</i></p> <p><b>Vad?</b> <i>Vad betyder den aktivitet som utförs i bilden i en djupare mening? Är det en aktivitet man gör på regelbunden basis? Handlar aktiviteten exempelvis om självrealisering?</i></p> <p><b>Solbrunhet?</b> <i>Kan bildens mest framträdande konnotation kopplas till solbrunhet på något sätt? Hur kopplas bildens övriga egenskaper till solbrunhet?</i></p>

På denotationsnivån bedömer vi även graden av solbrunheten i analyserade bilder. Detta för att senare under arbetsprocessen skapa möjligheten att koppla en persons solbrunhet till övriga faktorer. Det finns flera exempel på modeller för att bedöma graden av solbrunhet. Exempelvis använder Basch et al. (2014) en skala bestående av åtta grader som sträcker sig från nivå 1 (ingen solbränna) till nivå 8 (mörk solbränna). Efter diskussioner har forskargruppen för aktuell uppsats kunnat konstatera att för att kunna koppla solbrunhet till övriga faktorer är det inte i sig lika nödvändigt med en så pass detaljerad skala som

exemplifieras ovan. Istället kommer vi i denna uppsats använda en skala med tre olika grader av solbrunhet.

Grad 1	Grad 2	Grad 3
Ingen solbrunhet	Måttlig grad av solbrunhet	Intensiv grad av solbrunhet

Ovan nämnda grader har definierats med hjälp av bilder från en öppen mediabank. Likaså utgår bedömningen från forskargruppens intuitiva förförståelse för olika grader av solbrunhet.

I tillägg till skalan för graden av solbrunhet kommer vi även kolla på hur mycket en persons hud är exponerad på bilden. Även detta för att senare under arbetsprocessen kunna koppla till övriga faktorer. Exponering av hud kommer inte bedömas utefter en skala, utan istället så handlar det om att ställa frågan *“upplevs personen på bilden visa mycket exponerad hud?”* till studerade bilder. Denna fråga ställs till alla bilder. De bilder som visar en mindre del av kroppen, exempelvis en ansiktsbild, bedöms ej visa exponerad hud.

För att en person ska bedömas ha exponerad hud ska personen ha som mest linne eller shorts. Bär personen t-shirt och långa byxor bedöms personen ej ha exponerad hud. Bär personen antingen linne eller shorts, exempelvis långärmad tröja och shorts, bedöms personen ha exponerad hud.

### 6.3.5 Teman och mönster

I det andra steget av bildanalysen kommer vi använda de olika delarna från den semiotiska analysen för att identifiera teman och mönster i det studerade materialet. Tematiseringen används således som ett verktyg för att besvara studiens första frågeställning och på ett överskådligt och distinkt sätt redogöra för hur Topphälsa framställer kvinnliga västerländska kroppar i relation till solning och att vara solbrun.

Tematisering handlar mer konkret om att undersöka hur olika meningsbärande enheter och dess innebörd kan kopplas till, eller skiljas från, olika typer av livsstilar och ideal som vi funnit i materialet. Att tematisera bilder eller text innebär att på ett djupare plan förklara dess innebörd. Ett tema finns oftast gömt under ytan på en bild och för att urskilja detta krävs ett noggrant analytiskt arbete (Østbye & Larsson, 2004).

För att komma fram till de teman som finns presenterade under resultatkapitlet har vi under analysprocessen genomfört följande steg:

**Urvalsprocessen**

Urval sker enligt tidigare beskriven urvalsprocess.

**Genomläsning**

Samtliga delar inkluderats läses igenom för att få en övergripande bild över materialet.

**Semiotisk inspirerad bildanalys**

Bilderna har på ett djupare plan, var och en för sig, skärskådats och de meningsbärande enheterna har identifierats och analyserats på denotation- och konnotationsnivån.

**Tematisering**

Baserat på den semiotiska bildanalysen kategoriseras bilder utefter analyserade faktorer såsom till exempel aktivitet, miljö eller solbrunhet.

### 6.3.6 Textanalys

För att besvara syftet och specifikt frågeställning två har en textanalys genomförts där vi har studerat om och hur magasinet skriver om solning och att vara solbrun. Den här delen av analysprocessen innefattar ingen omfattande textanalys, men fungerar väl för att säga hur Topphälsa skriver om solning och att vara solbrun.

Första steget av textanalysen handlar om att undersöka i vilken omfattning det skrivs om utvalda nyckelord (se urval). Här bedöms texterna utifrån hur stort utrymme de får i magasinet. Exempelvis antas ett reportage få större utrymme än en notis och har således prioriterats av redaktionsledningen.

Andra steget handlar om att undersöka hur Topphälsa skriver om solning och att vara solbrun. Vi bedömer huruvida vinkeln i texten är positiv eller negativ gentemot solning och att vara solbrun. Exempelvis kan det handla om huruvida det finns positiva konnotationer till solning och att vara solbrun och negativa konnotationer till blekhet. Likaså tar vi med i beräkningen vad texten har för karaktär. Handlar det exempelvis om medicinska råd eller skönhetsstips?

Resultatet av ovan textanalys kommer, tillsammans med den semiotiska bildanalysen, kunna svara på hur Topphälsa förhåller sig till det faktum att exponering för solens strålar kan vara farligt och en problematisk aspekt av en livsstil.

### 6.3.7 Komparativt genomförande

För att besvara vår tredje frågeställning har vi undersökt Topphälsas samtliga utgåvor från 2008 och 2018. Analysen av innehållet från de båda åren har utförts enligt samma systematiska tillvägagångssätt för att på ett bättre sätt säkerhetsställa att resultaten är jämförbara.

## 6.4 Validitet och reliabilitet

För en studie är det elementärt med så god validitet och hög reliabilitet som möjligt. Det handlar framförallt om tre delar; överensstämmelse med teoretisk definition, frånvaro av systematiska fel och att studien mäter det som den påstår att den ska mäta. De två förstnämnda delarna handlar om begreppsvaliditet, medan den tredje handlar om resultatvaliditet. Vår kvalitativa ansats innebär att uppsatsens begreppsvaliditet tillsammans med studies reliabilitet skapar dess resultatvaliditet (Esaiasson et al., 2017). Vi kommer vidare diskutera hur vi säkerställt en så god validitet och hög reliabilitet som möjligt.

Forskargruppen har bestått av tre personer som alla är uppväxta i en västerländsk kontext. Två av gruppmedlemmarna är kvinnor mellan 20-30 år och kan således ses som en del av målgruppen för utvalt magasin. En av forskarna är man och även han mellan 20-30 år. Samtliga i forskartrion har under tre år studerat medie- och kommunikationsvetenskap vid Göteborgs universitet. Ingen av forskarna har varit aktiva läsare av något magasin under de senaste åren, däremot har samtliga en bild av innehållet i hälso- och träningsmagasin baserat på strörläsning inom liknande genre. Forskargruppen utgår ifrån förförståelsen att det i samhället finns en preferens för solbrun hud och att man generellt gillar att vistas i solen.

Det finns många diskussioner kring tillförlitligheten i en kvalitativ studie. Kritiker menar att kvalitativa studier, såsom exempelvis bildanalyser, har en låg tillförlitlighet på grund av att analysen till alltför stor del utgår från forskarnas egna erfarenheter och uppfattningar (Esaiasson et al., 2017; Fiske, 1990). Denna subjektiva aspekt kan således påverka resultatet i alltför stor utsträckning. För att bemöta denna kritik har vi fokuserat på att föra kontinuerliga diskussioner under processens samtliga delar. Vi har tack vare detta fortlöpande kunnat säkerställa att våra bedömningar utgår från samma grund. Likaså har vi haft som mål att skapa en så hög kommunikativ validitet som möjligt. Det handlar alltså om att skapa en transparens både kring oss som forskare, men även kring de val och tillvägagångssätt som vi gjort och använt oss av i studien (Esaiasson et al., 2017).

För det första ser vi det som en styrka att forskargruppen består av tre personer. Två av dessa personer tillhör Topphälsas målgrupp, vilket vi ser som viktigt för studiens tillförlitlighet. Detta gör att de tolkningar och bedömningar dessa forskare gör kan överensstämma med de tolkningar och bedömningar som kan göras av personer som kontinuerligt läser magasinet.

Även det faktum att samtliga i forskartrion är uppväxta i västvärlden och samtliga har upplevt rådande solbruna skönhetsideal ökar även det tillförlitligheten i de tolkningar som analysen inkluderar.

För en kvalitativ studie innebär begreppsvaliditet att man på ett bra sätt översätter uppsatsens teoretiska begrepp till operationella indikatorer och att det kontinuerligt finns en överensstämmelse mellan de båda (ibid.). Vi har i inledningen av uppsatsen valt att inkludera en begreppsdefinition kring de mest centrala begreppen i aktuell studie, med ambition att på ett fullgott sätt redogöra för hur dessa begrepp används i studien. Vi har även säkerställt, genom att i vår analysprocess ständigt återgå till studiens teoretiska ramverk, att det finns en närhet mellan teori och analys.

Vi har i aktuell uppsats mött en del tolkningsfrågor som kunnat innebära större validitetsproblem. En av dessa frågor handlar om de porträtterade kvinnornas härkomst och hudfärg. Forskartrion har haft djupgående diskussioner kring hur detta på bästa sätt ska kunna bedömas. I internationella och engelskspråkiga studier används genomgående termen "Caucasian" för att nästintill slentrianmässigt benämna ljushyade västerländska kvinnor. Någon liknande vedertagen term finns inte i Sverige. Den största problematiken kopplat till ovan är att vi under urvalsprocessen felaktigt kunnat exkludera personer som upplevs ha en annan hudfärg eller härkomst men de facto är uppväxta i västvärlden och själva identifierar sig som västerländska och ljushyade. För att minimera denna problematik togs beslutet att bedöma alla bilder utefter en systematiserad modell (se Figur 1). Vid alla eventuella oklarheter eller bilder som hamnat i "gråzonen" har forskartrion diskuterat och sedan gjort en gemensam bedömning av analysobjektet. Vidare har forskartrion utgått ifrån referensbilder från en öppen mediabank för att öka precisionen i aktuella bedömningar.

Det finns även vissa svårigheter kring bedömningen av graden av solbrunhet på porträtterade personer. Det handlar mer specifikt om var man exempelvis drar gränsen mellan ingen och måttlig grad av solbrunhet. På samma sätt som vid tidigare bedömningar har forskartrion, vid alla eventuella oklarheter eller bilder som hamnat i "gråzonen", fört diskussioner och sedan gjort en gemensam bedömning av analysobjektet. Vidare har forskartrion utgått ifrån referensbilder från en öppen mediabank för att öka precisionen i aktuella bedömningar.

För att återknyta till tidigare utläggning om kommunikativ validitet har vi, med en hög ambition, kontinuerligt redogjort för våra vägval och för vår design, samt bakgrunden till de beslut som vi tagit.

Extern validitet innebär möjligheten för studiens resultat att gälla i ett annat sammanhang. Det innebär således att vår studie, för att ha god extern validitet, ska ha bäring utanför det vi specifikt studerat. Det handlar med andra ord om replikerbarhet och generaliserbarhet. Med en kvalitativ ansats följer också en lägre reliabilitet då man generellt har en lägre grad av replikerbarhet än vid kvantitativa studier (ibid.). Mot bakgrund av detta har vi under vår

analysprocess använt ett systematiskt analyschema, vilket i sig ökar replikerbarheten för aktuell studie. Vi har även, som tidigare nämnt, kontinuerligt redogjort för våra metodologiska avvägningar vilket också ökar replikerbarheten.

När det kommer till generaliserbarheten av aktuell studie är den lägre då vi utgått från en kvalitativ ansats och endast studerat ett magasin (ibid.). Däremot är Topphälsa ett av Sveriges ledande magasin inom genren träning och hälsa. Magasinet kan således ses som representativt för magasin inom aktuell genre och vi anser att magasinet kan användas väl för att uttala oss om tränings- och hälsomagasin riktade till kvinnor även i en större nationell kontext.

## 7. Resultat och analys

I kommande avsnitt redogörs för vår analys av det empiriska materialet och dess resultat. Resultatet presenteras i två avsnitt där bild och text har analyserats var för sig.

Bildanalysen presenteras i form av framträdande teman för att skapa en tydlig kategorisering. Dessa teman benämns med ett adjektiv kopplat till aktuellt tema samt ett kvinnonamn. Varje tema beskrivs först övergripande och följs sedan upp av en detaljerad redogörelse av den semiotiskt inspirerade analysen på ett urval av det empiriska materialet. Sedan jämförs 2008-års teman med de teman som identifierats 2018. I slutet av bildanalysen redogör vi för resultatet kopplat till studiens teoretiska ramverk.

Textanalysen presenteras årsvis med en redogörelse kring magasinets redaktionella texter kopplade till solning och att vara solbrun. Då materialet för textanalysen är begränsat sker i detta avsnitt resultatpresentation och analys löpande. Avslutningsvis jämförs 2008-års texter med de texter som identifierats 2018.

### 7.1 Bildanalys

#### 7.1.1 Teman 2008

De teman som identifierats 2008 är Motions-Monica, Lugna Linnea, Framgångsrika Frida, Vackra Vera och Soldyrkande Sara.

#### **Motions-Monica**

Ett identifierat tema under 2008 har vi benämnt som "Motions-Monica". Detta tema fokuserar på en aktiv livsstil och god hälsa. De porträtterade personerna är okända yngre och medelålders kvinnor som i bild ägnar sig åt vardagliga fysiska aktiviteter. Exempelvis promenader, löpning, styrketräning, dans och andra hobbies såsom golf. Kvinnorna utstrålar glädje, energi, välmående, målmedvetenhet och kan ses som vardagliga föredömen. De porträtterade kvinnorna befinner sig ute i den svenska naturen eller inne i träningsstudion. Det kan handla om att de promenerar längs en stig i skogen till att de gör armhävningar på en träningsmatta. Den aktiva livsstilen kvinnorna porträtterar kan också kopplas ihop med en stark känsla av friluftsliv då de ofta befinner sig ute i naturen när de ägnar sig åt många av sina aktiviteter. De porträtterade kvinnorna har genomgående en måttlig grad av solbrunhet och deras exponering av hud är säsongsbetonad. Detta innebär att i de utgåvor som ges ut under vinterhalvåret är exponeringen lägre, medan det under sommarhalvåret finns en mycket tydligare exponering av kvinnornas hud.



## Semiotiskt inspirerad bildanalys



Topphälsa #11 2008 s.67

### Denotation

Bilden föreställer en okänd kvinna på en cykel. Kvinnan har t-shirt, shorts, skor och hjälm. Cykeln befinner sig på en väg. I bakgrunden ser vi vegetation och en gråmulen himmel. Kvinnan har ett grepp om styret, fingrarna på bromsarna och fötterna på pedalerna. Hon kollar in i kameran och ler stort. Den porträtterade kvinnan har en måttlig grad av solbrunhet och exponerad hud.

### Konnotation

Bilden föreställer en medelålders kvinna. Hennes leende kan associeras med lycka och glädje. Hennes grepp om styret och framåtlutande hållning tyder på en styrka och målmedvetenhet att

ta sig framåt. Vinden i håret och den upplevda farten i bilden skapar en känsla av energi och fysisk aktivitet. Hon upplevs som riskmedveten och ansvarstagande då hon håller fingrarna på bromsen och använder hjälm.

Vägen i bilden och den omgivande naturen ger en känsla av svensk landsväg. Grönskan, väderleken och hennes klädval påminner om en sensommardag. Aktiviteten i bilden kan associeras med träning, god hälsa och en aktiv livsstil. Aktiviteten upplevs även energifull och hurtig. Utifrån ovan konnotationer kan en måttlig grad solbrunhet och exponerad hud kopplas till en aktiv livsstil och god hälsa.

## Lugna Linnea

Ett identifierat tema under 2008 har vi benämnt som "Lugna Linnea". Detta tema fokuserar på en livsstil som kretsar kring självomhändertagande i form av avslappning och harmoni. De porträtterade personerna är okända yngre kvinnor. Kvinnorna i bild utför aktiviteter så som exempelvis meditation, tar ett bad, får massage eller sitter avslappnat i en stol med en kopp varm dryck. Kvinnorna upplevs avslappnade med ett inre lugn. De porträtteras som lyckliga, välmående och harmoniska. Många av kvinnorna blundar och ser ut att drömma sig bort. Kvinnorna befinner sig i miljöer såsom utomhus på en gräsmatta, hemma i sängen, i ett fönster eller vid roten av ett japanskt körsbärsträd. Dessa platser associeras med känslor av värme, bekvämlighet, lugn och tystnad. De porträtterade kvinnorna har ingen till en måttlig grad av solbrunhet och deras hud är exponerad.

## Semiotiskt inspirerad bildanalys



Topphälsa #1 2008 s.90

## **Denotation**

Bilden föreställer en okänd kvinna. Kvinnan ligger i ett badkar fyllt med vatten och bubblor. I rummet finns tända ljus och belysningen är nedtonad. Kvinnan håller en större kopp med båda händerna strax under hakan. Hennes blick är fäst på koppen och hon har ett lätt leende på läpparna. Hennes hud har en måttlig grad av solbrunhet och är exponerad.

## **Konnotation**

Bilden föreställer en yngre kvinna. Hennes placering i badkaret, de något stängda ögonen och det lätta leendet kan associeras med harmoni, lycka, glädje och njutning. Hon håller en stor kopp och tillsammans med de tända ljusen förstärker det känslan av mys och avkoppling.

Objekt i det omgivande rummet ger en känsla av värme och hemtrivsel. Den vita träpanelen och badkarets design kan ge associationer till ett lantligt badrum. Aktiviteten i bilden kan associeras med självvårdnad, avkoppling och hela situationen ser härlig ut. Utifrån ovan konnotationer kan en måttlig grad av solbrunhet och exponerad hud kopplas till avslappning och välmående.

## **Framgångsrika Frida**

Ett identifierat tema under 2008 har vi benämnt som "Framgångsrika Frida". Detta tema fokuserar på en livsstil som kopplas till framgång och kändisskap. Kvinnorna på bilderna är ofta yngre, kända och stylade för finare tillställningar vilket syns på deras kläder, smycken och håruppsättningar. Exempel på kända personer som kan kopplas till detta tema är Madonna och Nathalie Portman. Vad som utmärker dessa bilder är att de är urklippta från sitt sammanhang så att endast objektet i form av kvinnan är med, medan bakgrunden är bortklippt. Deras poser samt kläder tyder dock på att bilderna är tagna i ett festligt sammanhang som exempelvis på röda mattan. Kvinnorna ser lyckliga ut och självsäkerhet kan avläsas från poserna och de stadiga blickarna som möter kameran. De upplevs glada, stolta och lyckliga. De porträtterade kvinnorna har en måttlig grad av solbrunhet och deras hud är exponerad.

## Semiotiskt inspirerad bildanalys



Topphälsa #10 2008 s.72

### Denotation

Bilden är urklippt och föreställer skådespelaren Katherine Heigl. Kvinnan bär en ljusrosa v-ringad klänning som når ner till vaderna. Hon bär ett längre halsband gjort av vita pärlor. Hon håller en kuvertväska i sin högra hand och en scarf i sin vänstra. Armarna har hon längs med kroppen. Hon har på sig ett par klackskor. Kvinnan har ljust och lockigt hår som knappt når ner till axlarna. Hon ler stort med tänderna. Den porträtterade kvinnan har en måttlig grad av solbrunhet och ej exponerad hud.

### Konnotation

Personen på bilden föreställer en ung kvinna. Hennes kändisskap, kläder och smycken utstrålar framgång. Hon ser glad och lycklig ut i och med hennes stora leende. Hon ser ut att trivas framför kameran och sänder därmed ut signaler om självsäkerhet vilket hennes stolta hållning verifierar. Hennes utsmyckning tyder på att hon är på en festlig tillställning och trots att bilden är urklippt ser det ut som att bilden skulle kunna vara tagen på röda mattan eller under ett mingelsammanhang. Bilden ger en känsla av Hollywood, fest och glamour. Utifrån ovan konnotationer kan en måttlig grad av solbrunhet kopplas till framgång, kändisskap och glamour.

## Vackra Vera

Ett identifierat tema under 2008 har vi benämnt som "Vackra Vera". Detta tema fokuserar på en livsstil som inbegriper skönhet och det som hör begreppet till, så som hudvård och ett vackert yttre. De bilder som faller inom detta tema porträtterar framförallt okända unga kvinnor som poserar framför kameran i studiomiljöer och bilderna upplevs som tillrättalagda. Kvinnorna utstrålar intensitet, flörtighet, lugn, mystik och spänning. Aktiviteten att posera kan associeras med skönhet, modellyrket, hudvård och kosmetika. De porträtterade kvinnornas grad av solbrunhet sträcker sig från ingen grad av solbrunhet till måttlig grad solbrunhet.

## Semiotiskt inspirerad bildanalys



Topphälsa #4 2008 s.49

## Denotation

Bilden porträtterar ett kvinnoansikte, bilden är i överkant skuren strax innan kvinnans hårfäste och ett par slingor av hennes röda hår faller ner för pannan. Bildens underkant ligger i linje med kvinnans nyckelben och hennes hals och en bit av hennes axlar fångas därför i bild. Då detta är en porträttbild bedöms kvinnans hud som ej exponerad. Kvinnan spanner blicken i kameran och hennes hud bedöms vara av graden måttligt solbrun.



## Konnotation

Bilden gestaltar en yngre kvinnas ansikte. Hennes något reserverade minspel förmedlar känslor som kan kopplas till mystik, självförtroende, oskuldsfullhet och skönhet. I och med kvinnans lätta sminkning som framhäver hennes vackra hud får mottagaren en känsla av naturlig skönhet. I och med att bilden är fotad i en studio kan miljön beskrivas som tillrättalagd och förskönad. Bakgrundens kliniska intryck står i kontrast till kvinnans ansikte vilket framhäver tidigare nämnda drag än mer. Kvinnans posering kan som aktivitet kopplas till idealet att vara vacker, skönhet och modellyrket. Utifrån ovan konnotationer kan ingen till måttlig grad av solbrunhet kopplas till skönhet.

## Soldyrkande Sara

Ett identifierat tema under 2008 har vi benämnt som "Soldyrkande Sara". Detta tema fokuserar på en livsstil som kan kopplas till sommar, semester och sol. De porträtterade personerna är okända yngre kvinnor. De befinner sig alla utomhus på exempelvis stranden eller vid poolkanten. Vädret är soligt och miljön upplevs vara exotisk. De ägnar sig åt aktiviteter som exempelvis avslappning i en solstol eller lek i vattnet. De kan även hänga vid poolkanten eller gå en promenad längs stranden. Kvinnorna utstrålar glädje, lycka och välmående. De upplevs vara avslappnade och ser ut att må bra. Både miljön och kvinnornas aktiviteter kan associeras till sommar, semester, värme, frihet, belöning och sol. De porträtterade kvinnorna har en intensiv grad av solbrunhet och exponerad hud.

## Semiotiskt inspirerad bildanalys



Tophälsa #7 2008 s.77

## **Denotation**

Bilden föreställer en okänd kvinna i bikini som sitter på en strand. Kvinnan äter vattenmelon och håller en melonskiva i vardera hand. Hon ler lite lätt och kisar mot ljuset. I bakgrunden ser vi en vit strand och havet i horisonten. Vädret är soligt med lite dis. Den porträtterade kvinnan har en intensiv grad av solbrunhet och exponerad hud.

## **Konnotation**

Bilden föreställer en yngre kvinna. Hon sitter i bikini på en strand och kisar mot solen. Detta kan associeras med lycka, glädje, sommar och semester. Hon har en avslappnad hållning och ett lätt leende på läpparna vilket kommunicerar njutning och välmående. Den omgivande miljön bestående av strand och hav ger även en känsla av värme, sommar, semester och sol. Miljön och melonskivorna i hennes händer gör att bilden upplevs vara tagen utomlands. Kvinnan på bilden kan ses som en semesterfirare. Utifrån ovan konnotationer kan en intensiv grad av solbrunhet och exponerad hud kopplas till sommar, semester och sol.

### 7.1.2 Teman 2018

De teman som identifierats 2018 är Meditations-Marie, Aktiva Amanda, Självsäkra Stina och Snygga Sigrid.

#### **Meditations-Marie**

Ett identifierat tema under 2018 har vi benämnt som ”Meditations-Marie”. Detta tema är baserat på de bilder som kan kopplas samman med en livsstil som inkluderar fokus på harmoni och avslappning. De bilder som tillhör aktuellt tema porträtterar både okända och kända kvinnor i åldersspannet yngre till medelålders. Gällande kategoriseringen utifrån kändisskap så är Rachel Brathen, även kallad ”Yoga Girl”, ett exempel på de kända kvinnor som porträtteras och tillhör temat. De aktiviteter som utförs på bilderna är bland annat yogapositioner, meditationsövningar samt intag av juicer och nyttig mat. Aktiviteterna utförs i miljöer som påminner om nordiska omgivningar såsom karga klippor och skogspartier, men även mer exotiska miljöer. Aktiviteterna tar exempelvis även plats i en dusch, i en fönsternisch samt i studiomiljö. Beträffande solbrunhet har kvinnorna, på de bilder som faller inom detta tema, ingen till måttlig grad av solbrunhet.

## Semiotiskt inspirerad bildanalys



Topphälsa #10 2018 s.91

### Denotation

Bilden visar en känd kvinna (Emilia Löf Karlsson) som sitter med korsade ben och ihopslagna händer i en stentrappa. Kvinnan ser rakt in i kameran och ler ett försiktigt leende. Hon är klädd i svarta tights, en blommig topp och fötterna är bara. Den omgivning som kvinnan befinner sig i är en utomhusmiljö där hon och den trappa hon i sitter omges av mestadels grönska i form av mark och klätterväxter. Kvinnan har ingen grad av solbrunhet och ej exponerad hud.

### Konnotationen

På bilden gestaltas en känd, medelålders kvinna. Hon sitter i en trappa i en position som associeras med meditation och yoga, även inslag i bilden som att kvinnan är barfota för tanken till denna typ av aktivitet. Kvinnans ansiktsuttryck med ett något försiktigt leende inger en känsla av att hon är välmående, glad, lugn och i balans. Kroppens hållning vittnar även om en avslappnad känsla som går i linje med bildens övriga komponenter. Hon befinner sig i en miljö som upplevs vara en trädgård eller park. Miljön ger även en känsla av lugn, harmoni, avkoppling samt en närhet till naturen. Det finns även aspekter i omgivningen som ger mer exotiska konnotationer och som för tankarna till en klostergård eller tempelliknande plats. Utifrån ovan konnotationer kan ingen grad av solbrunhet kopplas till livsbalans och harmoni.



## Aktiva Amanda

Ett identifierat tema under 2018 har vi benämnt som “Aktiva Amanda”. Detta tema fokuserar på träning, en aktiv livsstil och god hälsa. De porträtterade personerna är okända och kända kvinnor. Exempel på kända personer som kan kopplas till denna livsstil är Marie Serneholt och Jessica Almenäs. De porträtterade personerna är både yngre och medelålders kvinnor. I bild ägnar sig kvinnorna åt olika fysiska aktiviteter såsom löpning, styrketräning, cykling eller kitesurfing. Kvinnorna kan stå och pusta ut efter ett tufft löppass eller göra träningsövningar såsom sit-ups eller squats. Kvinnorna utstrålar styrka, energi och målmedvetenhet. De uppfattas som glada, friska, självsäkra och med en stor träningsvilja. Kvinnorna tränar utomhus längst med en löpstig i skogen, ute i ett öppet landskap eller i ett villaområde. De befinner sig även inomhus på ett gym. Deras livsstil kan kopplas ihop med en känsla av vardagsutmaningar och träningsflit. De porträtterade kvinnorna har en måttlig grad av solbrunhet samt exponerad hud.

## Semiotiskt inspirerad bildanalys



Topphälsa #5 s.43

## **Denotation**

Bilden föreställer en kvinna. Hon befinner sig i ett öppet landskap och på en snårig stig. Hennes armar och ben är i rörelse då hon springer upp för en backe längst med en stig. I bakgrunden ser vi snötäckta berg, barmark och ett vattendrag. Hon ler och har en fast blick uppåt i backen. Hon har på sig ett hårband, en täckande rosa jacka, kortare shorts och skor. Hon har en måttlig grad av solbrunhet och exponerad hud.

## **Konnotation**

Kvinnan på bilden är yngre. Hennes leende kan associeras med lycka och glädje. Den fasta blicken uppåt i backen, hennes framåtlutande hållning och att hon upplevs vara i rörelse skapar en känsla av målmedvetenhet, styrka och energi. Den omgivande miljön, med det öppna landskapet och de branta bergen kan associeras med Sverige, frihet, lugn och utmaningar. Att hon är klädd i funktionella träningskläder och den branta backen tyder på ett tuffare och ambitiöst träningspass. Utifrån ovan konnotationer kan en måttlig grad av solbrunhet och exponerad hud kopplas till utmaning och träning.

## **Själsäkra Stina**

Ett identifierat tema under 2018 har vi benämnt som "Själsäkra Stina". Detta tema har ett tydligt fokus på kvinnor som visar på självsäkerhet, framgång och att vara stolt över sig själv. Kvinnorna på bilderna är till stor del okända men innefattar även svenska kändisar såsom Emma Igelström. De är medelålders och befinner sig i träningshallar, fotostudios och utomhus. De gestaltade kvinnornas stolta hållningar, med raka ryggar, skarpa blickar och ofta händerna i midjan kan kopplas samman med självsäkerhet och stolthet. De ger även en känsla av framgång och mognad då de visar på en trygghet i sig själva. Förutom att posera tydligt så förekommer exempelvis dans och boxning i dessa bilder. Personerna på bilderna innehar en måttlig grad av solbrunhet och deras hud är exponerad.

## Semiotiskt inspirerad bildanalys



Topphälsa #3 2018 s.31

### Denotation

På bilden står en kvinna i ett rosa linne och svarta tights. Linnet har ett tryck där det står "dance as if you just don't care" på vänstra sidan. Hon har kortklippt hår och möter kameran med blicken. Hennes mun är stängd och hon drar lite lätt på vänstra sidan av munnen. Kvinnan har händerna i midjan. Hon befinner sig inomhus och man ser att det står träningsredskap och maskiner i bakgrunden. Kvinnan har en måttlig grad av solbrunhet och exponerar sin hud i och med att hon bär linne.

### Konnotation

Kvinnan på bilden ser ut att vara i medelåldern. I och med hennes stabila blick och att hon poserar med händerna i midjan får man en känsla av att hon är självsäker, bestämd och stolt. Hennes ansiktsuttryck skapar även en känsla av att hon är ifrågasättande då hon har en rynka mellan ögonbrynen och ett veck på vänstra sidan om munnen. Hon befinner sig på ett gym med träningsmaskiner. I och med att hon befinner sig på ett gym kan det antas att hon är där för att träna och svettas. Måttlig grad av solbrunhet kan utifrån bildens konnotationer kopplas till självsäkerhet och stolthet.

## Snygga Sigrid

Ett identifierat tema under 2018 har vi benämnt som "Snygga Sigrid". Detta tema fokuserar på kvinnor som kan associeras med skönhet. Personerna i bilderna är i störst utsträckning okända kvinnor, men inkluderar även till viss del kända kvinnor som exempelvis Jessica Andersson. Bilderna porträtterar poserade kvinnor i studiomiljö. De kan antingen kolla in i kameran eller applicera någon form av skönhetsprodukt. Miljön och deras aktivitet upplevs som förskönad och tillrättalagd. Kvinnorna ser ut att vara självsäkra, lyckliga, mystiska och coola. De utstrålar en känsla av självomhändertagande och skönhet. Bilderna upplevs framhäva kvinnornas skönhet och ha en flörtig underton. Kvinnorna i bilderna har ingen till måttlig grad av solbrunhet.

## Semiotiskt inspirerad bildanalys



Topphälsa #10 2018 s.69

## Denotation

Bilden föreställer en närbild på en kvinna. Bilden är beskuren från nyckelbenen och neråt. Kvinnan ler stort och har rött läppstift. Hennes vänstra öga är stängt som i en blinkning. Förutom det framträdande läppstiftet är kvinnan lätt sminkad med skimrande ögonskugga. Vid hennes vänstra sida ser man en hand iklädd en blå vinylhandske som håller lätt vid kvinnans tinning. En spruta syns strax under handen och nålen är riktad mot kvinnans vänstra kindben. Bakgrunden är vit. Kvinnan har ingen grad av solbrunhet och i och med hur bilden är beskuren bedöms att hon ej ha exponerat hud.

## Konnotation

Kvinnan på bilden är någonstans i gränlandet mellan att vara yngre och medelålders. Hennes uppsyn tyder på att hon är lycklig och uppspelt. Hon ser även flirtig ut. Det ser ut som att hon håller på att göra ett skönhetsingrepp i form av att injicera botox eller liknande medel vilket skapar känslan av tillrättalagd skönhet och utseendefixering. Den vita bakgrunden samt det faktum att handen är täckt av en vinylhandske skapar känslan av att bilden är tagen på en klinik. Aktiviteten skapar känslan av skönhetsideal, föryngring och konsumtion. Skönhet och perfektion kan i denna bild kopplas samman med ingen grad av solbrunhet.

### 7.1.3 Jämförelse mellan åren

Studiens tredje frågeställning handlar delvis om huruvida det går att se några förändringar i framställningen av bilder på kvinnliga västerländska kroppar och deras grad av solbrunhet år 2008 jämfört med 2018.

Det kan konstateras, med hjälp av en kvantitativ frekvenstabell, att det inte har skett några drastiska förändringar i framställningen av bilder på kvinnliga västerländska kroppar när det kommer till grad av solbrunhet och exponering av hud i samtliga analysenheter.

**Tabell 1. Exponering av hud i procent (antal bilder)**

År	Exponerad hud	Ej exponerad hud	Totalt
2008	37 (98 st)	63 (167 st)	100 (265 st)
2018	39 (84 st)	61 (133 st)	100 (217 st)

**Tabell 2. Grad av solbrunhet i procent (antal bilder)**

År	Ingen grad	Måttlig grad	Intensiv grad	Totalt
2008	40 (106 st)	52 (138 st)	8 (21 st)	100 (265 st)
2018	41 (90 st)	53 (116 st)	5 (11 st)	100 (217 st)

Vad vi däremot kan se i vår kvalitativa analys är att många av de teman vi identifierat 2008 går igen 2018, men med vissa förändringar i de markörer som kan kopplas till olika livsstilar och som dessa teman bygger på. Av vår tidigare resultatredovisning går att utläsa att det finns fyra teman som återkommer i liknande utformning och med liknande innehåll mellan 2008 och 2018. Det finns även ett tema som endast återfinns 2008. Nedan går vi igenom betydande likheter och skillnader mellan dessa teman och presenterar en sammanfattande jämförelse mellan årgångarna.

## Likheter och skillnader

Motions-Monica (2008) och Aktiva Amanda (2018) har båda två markörer för livsstilar som handlar om aktivitet, träning och motion. Motions-Monica upplevs däremot mer inriktad på vardagsmotion och traditionella aktiviteter såsom promenader. Aktiva Amanda är däremot mer fokuserad på tuffare träning såsom tuff terränglöpning eller tyngre styrketräning. Aktiva Amanda har också ett tydligare fokus på kända personer som bär upp livsstilen. De porträtterade kvinnorna i de båda teman har en måttlig grad av solbrunhet medan Motions-Monicas exponering av hud uppfattas som mer säsongsbetonad jämfört med Aktiva Amanda där huden är mer frekvent exponerad.

Lugna Linnea (2008) och Meditations-Marie (2018) är livsstilar som handlar om avslappning, meditation och lugn. Meditations-Marie porträtteras mer av kända personer och handlar om träning kopplat till exempelvis yoga och meditation. I kontrast till detta så fokuserar Lugna Linnea mer på att hitta lugn och harmoni i vardagen, detta genom att exempelvis ta ett bad eller en stunds vila i gräset. De porträtterade kvinnorna i de båda teman har ingen till en måttlig grad av solbrunhet och exponerad hud.

Framgångsrika Frida (2008) och Självsäkra Stina (2018) handlar i mångt och mycket om samma typ av livsstil. De båda visar på en stark självsäkerhet. Däremot finns det en relativt skarp skiljelinje där Framgångsrika Frida i större grad fokuserar på kändisskap och dess framgång, medan Självsäkra Stina i grunden bygger på mer alldaglig självsäkerhet. De porträtterade kvinnorna i de båda teman har en måttlig grad av solbrunhet och exponerad hud.

Vackra Vera (2008) och Snygga Sigrid (2018) är teman som handlar om skönhet och är väldigt lika varandra. Livsstilen för Vackra Vera innefattar däremot en oskuldsfull och naturlig skönhet med ingen till en måttlig grad av solbrunhet. För Snygga Sigrid innefattar livsstilen mer en konstant jakt efter skönhet med exempelvis smink och plastikoperationer som verktyg. Snygga Sigrid har även hon ingen till en måttlig grad av solbrunhet.

Det enda tema som identifierats i enbart en av årgångarna är Soldyrkande Sara (2008). Viktigt att poängtera, i relation till studiens övergripande inriktning, är att detta tema ej är framtvingat. Det är helt enkelt så att temat varit tydligt framträdande under endast en av årgångarna. Det fanns bilder under 2018 som porträtterade personer i badkläder som befann sig utomhus och exponerades för sol, men inte alls i tillräckligt stor utsträckning för att vara ett betydande tema. Det kan således konstateras att aktuellt tema inte kunde urskiljas i analysmaterialet från 2018.

## **Sammanfattning av likheter och skillnader**

När det kommer till jämförelse mellan åren kan det konstateras att vissa förändringar har skett. Vi har som redovisat kunnat identifiera fyra liknande teman mellan åren. De skillnader som finns i dessa teman kan utläsas som markörer för att det skett förändringar för aktuella livsstilar. Exempelvis kan en livsstil som i grunden handlar om träning, hälsa och motion handla mer om tuffare träning 2018 än den vardagsmotion som var mest framträdande 2008. Vad som också kan konstateras är att trots att vi ser vissa skillnader mellan vad som är framträdanden inom varje tema, så är graden av solbrunhet och exponering av hud något som inte förändras nämnvärt inom något av de teman som identifierats. Däremot så innebär det faktum att temat Soldyrkande Sara endast kunnat identifieras 2008 som att bilder på solbruna och exponerade personer varit mer framträdande då än 2018.

### **7.1.4 Fördjupad analys**

#### **Kultur och livsstil**

Som tidigare redovisats under teorikapitlet utgår denna uppsats från tankar om och kring Cultural Studies. Utgångspunkten är således att medier såsom Topphälsa har en viktig roll i att skapa och förstärka livsstilar och identiteter.

Vi har i bilderna kunnat identifiera det som Hall (1997) benämner som meningsbärande enheter. Det handlar alltså om manifesta objekt, aktiviteter eller miljöer som på den konnotativa nivån laddas med mening. Exempelvis har vi i många av analysobjekten kunnat se personer som i bild utför träningsövningar och bär träningskläder. Hall (ibid.) menar vidare att den mening som tillskrivs den nämnda aktiviteten och de kläder som visas i bild har sitt ursprung i en viss kultur. Det skapas associationer utifrån dessa meningsbärande objekt som är baserade utifrån vår kontext och de gemenskaper vi tillhör. I vår analys, som baserar sig på ett västerländskt perspektiv, skapar dessa objekt och aktiviteter associationer till aktivitet och hälsa.

Woodward (1997) bygger vidare på Halls tankar kring kulturer när hon redogör för hur personer skapar sin identitet och tolkar sin plats i världen. I relation till ovan meningsbärande enheter och dess associationer menar Woodward att människor, med hjälp av och påverkan från olika representationssystem såsom media, skapar sin identitet med hjälp av tidigare nämnda associationer. Detta ligger i linje med hur Hall (1997) i ett mer övergripande perspektiv menar att vi skapar olika gemensamma kulturer. Den mening som skapas på den konnotativa nivån kan sedermera kopplas samman med olika kulturer och identiteter, som i sig ger uttryck för vissa livsstilar.

Magasinet Topphälsa kan på en högre abstraktionsnivå ses som ett uttryck för en övergripande livsstil, men faktum är att vår analys påvisat olika "mindre" teman som i sig

består av gemensamma kulturella värderingar och praktiker som kan ta sig uttryck för en viss livsstil. Baserat på vårt resultat kan exempelvis de båda teman "Motions-Monica" och "Aktiva Amanda" och deras tillhörande associationer kopplas till en aktiv livsstil. På motsvarande sätt kan "Lugna Linnea" och "Mediations-Marie" och deras tillhörande associationer kopplas till en livsstil som mer fokuserar på harmoni och avslappning.

Ovan nämnda sätt att producera och kommunicera mening kan liknas vid det som Hall (ibid.) benämner som "systems of representation". I relation till Topphälsa så blir de bilder som publicerats ett "system of representation" för de livsstilar som magasinet förmedlar. Det skapar en kommunikativ process i vilken man som enskild individ får svar på frågorna "*who am I?; what could I be?; who do I want to be?*" (Woodward, 1997:14). Kopplat till ovan resultat kan de identifierade teman ses som olika ideal där man som person kan skapa sig en känsla av hur det skulle kännas att "vara" en viss person, samt möjligen också skapa en vilja av att uppnå ett visst ideal och ha en viss livsstil.

Vidare menade även antropologen Mary Douglas (2003) redan på 1960-talet att den fysiska kroppen kan ses som en bärare av en viss kulturs meningsskapande. Således kan exempelvis kroppsform eller hudton också utgöra markörer för en viss typ av kultur och dess livsstilar. Banarjee et al. (2008) menar att den föredragna graden av solbrunhet i västerländsk kultur kan likställas med det vi i vår studie benämner som "måttlig". Den måttliga graden av solbrunhet är den som dominerar i bilderna på de porträtterade kvinnorna i Topphälsa, vilket i sin tur kan ses som en markör för den västerländska kulturen och både förstärka och återskapa densamma.

### **Agenda-setting theory och framing**

Agenda-setting theory handlar om *vad* man som läsare ska ha åsikter kring, medan framing talar om *hur* dessa åsikter ska se ut (Entman, 1993). Kopplat till studiens resultat går det att utläsa att fyra av de teman som identifierats 2008 även återfinns 2018 i snarlik utformning. Agenda-setting theory menar att desto mer ett ämne framträder i medier, desto viktigare kommer gemene man anse att ämnet är (ibid.). Då det i resultatet påvisas att nästintill samma teman kommunicerats och prioriterats 2008 och 2018 kan den agendasättande effekten haft stor påverkan på magasinets läsare. En agendasättande funktion hos magasin som tidigare studier inom området bekräftat (se exempelvis Birkeland et al., 2005; Grabe et al., 2008).

I kontrast till ovan nämnda upprepning av liknande teman kan konstateras att "Soldyrkande Sara" endast är förekommande 2008. Det kan således uppfattas som att detta tema försvunnit från agendan och inte längre påverkar läsarnas tankar i lika stor utsträckning som tidigare.

Studiens resultat redovisar det faktum att innehållet från samtliga nummer överlag innehåller liknande bilder och liknande framställningar av den kvinnliga västerländska kroppen. De associationer som framkommer i många av bilderna, oavsett tema, är lycka, aktivt liv och ett



välståndande både fysiskt och psykiskt. Magasinet Topphälsa ger en positiv bild och vägledning över hur man ska leva och genomgående porträtteras lyckliga kvinnor i rörelse, i hemmet och utomhus i grönområden. Det kan mot bakgrund av ovan konstateras att det finns en stark framing kring de porträtterade västerländska kvinnorna. Alla ovan nämnda komponenter bidrar, utifrån Entmans (1993) tankar, tillsammans till en större berättelse som i det här fallet handlar om den lyckliga och aktiva västerländska kvinnan.

Gemensamt för majoriteten av de identifierade teman och i anknytning till studiens syfte kan noteras att solbrunhet på ett tydligare sätt än ingen grad av solbrunhet kan kopplas ihop med den generiska bild av västerländska kvinnor som Topphälsa kommunicerar. Detta då majoriteten av bilderna porträtterar västerländska kvinnor som har en solbrunhet i form av måttlig till intensiv grad.

## 7.2 Textanalys

### 7.2.1 Textanalys 2008

Under 2008 innehöll samtliga nummer av Topphälsa totalt 31 stycken texter med något av de utvalda nyckelorden och som var relevanta i relation till solning och att vara solbrun. Majoriteten av dessa texter var kortare notiser som fick lite utrymme i magasinet. Endast en av dessa texter var ett större reportage och upptog ett uppslag i aktuellt nummer.

I textanalysen har vi, direkt kopplat till Cultural Studies och semiotiken, skärskådat de olika texterna och identifierat de mest framträdande orden. Vi har sedan belyst den mening och underliggande betydelse dessa ord är laddade med (Barthes, 1964). Vi har på den konnotativa nivån åskådliggjort de associationer som finns till de ord Topphälsa valt att använda i sina texter, och även bedömt huruvida dessa kan ses som positiva eller negativa associationer (Hall, 1997).

Av de texter som publicerades i magasinet 2008 hade de flesta ett förnuftigt förhållningssätt till solen. Med detta menas att texterna tydligt belyst risker med solens strålar och uppmanat till försiktighet och solskydd. Några av texterna förespråkade även brun utan sol framför exponering för solens strålar. Ord som användes i dessa förnuftiga texter var exempelvis "solsäker", "solskydd", "försiktighet", "fuskbränna" och "solskador". Då Topphälsa använder orden "solsäker", "solskydd" eller "försiktighet" så uppmanar dem till ett beteende som minskar risken för de negativa konsekvenser som exponering av sol kan föra med sig. Magasinet nämner främst två olika motiv till att skydda sig mot solen och ha ett försiktigt beteende vilka är att förebygga åldrad hud men även för att minska risken för cancer.

Ordet "solskydd" kan associeras med solskyddsfaktor eller solkräm som fungerar som ett filter för att hindra en del av solens farliga UV-strålar att nå huden. Trots att det finns olika

styrkor att använda sig utav för att filtrera bort UV-strålningen så nämns det inte att det säkraste är att inte befinna sig i solen då ingen solskyddsfaktor ger 100% skydd mot solens strålar (Läkemedelsverket, 2018). Ordet “försiktighet” uppmanar till att vara uppmärksam på att solen även medför negativa konsekvenser och att man bör ha riskerna i åtanke och agera därefter.

Begreppet “fuskbränna” är ytterligare ett ord som frekvent förekommer i de analyserade texterna. Innebörden är en solbrun hud som efterliknar den effekt solexponering kan resultera i, men med hjälp av en artificiell produkt. “Fuskbränna” skapar associationer till brun utan sol-produkter som är skonsamma mot huden och därmed inte medför de negativa konsekvenser som solning gör. Användningen av begreppet “fuskbränna” för med andra ord tanken till strävan efter att uppnå idealet att vara solbrun, men med hjälp av ett konstgjort tillvägagångssätt. De negativa associationer som kopplas samman med begreppet är de konnotationer som görs till “fusk”, så som bedrägeri och oärlighet. Även “bränna” kan förknippas med negativiteter som exempelvis smärta och hudcancer. Begreppets positiva associationer är de som berör det faktum att “fusket” i det här fallet innebär att huden inte behöver exponeras för sol.

“Solskador” används som ett begrepp som ger konnotationer till solens negativa effekter. En skada är negativt laddat och konnoteras ofta med något defekt på eller i kroppen. Solskada uppfattas som att solen kan skapa sådana defekter som till exempel pigmentfläckar, bränd eller föråldrad hud vilket inte är eftersträväsvärt.

Texterna hade dock inte en tydlig medicinsk karaktär, utan handlar i grunden mer om skönhet såsom att bli brun (utan att bränna sig) och undvika framtida rynkor genom att applicera skydd och vara försiktig. Två av texterna skriver om “hudcancer” som en konsekvens av att bränna sig i solen.

De fåtalet texter som inte hade ett förnuftigt förhållningssätt till solen uppmanade till ett beteende utan att nämna några av riskerna med solning eller uppmana till skydd. Ord som användes för dessa texter var “njut”, “supertrevlig”, “tanka D-vitamin” och “softa på en filt i solen”. Samtliga ord skapar positiva konnotationer. Orden “njut”, “supertrevlig” och “softa på en filt i solen” kan associeras med en situation eller socialt sammanhang där man som individ mår bra. “Tanka D-vitamin” associeras med ett beteende där man under kort tid, genom att sola, kan få till sig en av kroppens viktiga vitaminer.

Vad som kan konstateras är att det antal artiklar som behandlar ämnet solning och att vara solbrun inte får så mycket utrymme i det redaktionella innehållet under 2008. Detta visar på en mindre agendasättande funktion där solning och att vara solbrun får ett marginellt utrymme. Som nämnt ovan så är texterna om solning inte bara i en liten omfattning utan de är även av kortare slag som till exempel notiser eller andra kortare texter. Endast ett större reportage behandlade solning vilket tyder på att det inte är ett primärt ämne för magasinet.

De ordval som gjorts i texterna som berör ämnet har en tendens att vara av mer positiv än negativ karaktär. Positiva ord är i det här fallet exempelvis “njut” och “supertrevligt” som används beskrivande om solning som aktivitet. Utifrån teorin kring framing kan det bedömas påverka läsaren till att bilda eller förstärka en positiv inställning till solning och att vara solbrun. Konnotationerna till de positiva ord som valts ut för användning uppmanar till ett beteende som snarare förespråkar att exponeras för sol men med solskydd, än att inte exponeras för solen alls.

### 7.2.2 Textanalys 2018

Under 2018 innehöll samtliga nummer av Topphälsa totalt 21 stycken texter som innehöll något av de utvalda nyckelorden och som var relevanta i relation till solning och att vara solbrun. Majoriteten av dessa texter var kortare notiser och har således fått lite utrymme i magasinet. Endast en av dessa texter var ett större reportage och upptog ett uppslag i aktuellt nummer.

I textanalysen för 2018 har vi på samma sätt som 2008 analyserat de olika texterna och identifierat de mest framträdande orden. Vi har sedan vidare belyst den mening och underliggande betydelse dessa ord är laddade med (Barthes, 1964). Vi har på den konnotativa nivån åskådliggjort de associationer som finns till de ord Topphälsa valt att använda i sina texter, och även bedömt huruvida dessa kan ses som positiva eller negativa associationer (Hall, 1997).

Av de texter som publicerades 2018 hade drygt en tredjedel av dessa ett förhållningssätt till solning där riskerna med ett sådant beteende utelämnades. I dessa texter används bland annat orden “lycka”, “ladda batterierna”, “koppla av” och “förbättra” kopplat till solning. “Lycka” associeras med något glädjefyllt och en positiv känsla i kroppen vilket är eftersträvansvärt. Att solen kan medverka till dessa goda känslor skapar en positiv bild kring solens effekter.

Att “ladda batterierna” är en metafor som förstås som att vi människor kräver energi för att fungera och att man kan fylla på sin energidepå. Inom semiotiken är metaforen ett sätt att representera något annat än det tecknet verkligheten innebär (Ekström & Moberg, 2008). Det handlar om att förtydliga genom att man kopplar ett ord till något annat som är mer bekant. I det här fallet kopplas återhämtning och energipåfyllnad till hur ett batteri fungerar. Då man är trött eller orkeslös krävs det att man “laddar batterierna” för att ha lust och ork till aktiviteter. Att solen nämns i detta sammanhang kan förstås som att solen kan generera energi och styrka vilket är eftersträvansvärt. “Koppla av” går även det i linje med att fylla på energidepåerna men som associeras mer med att ta det lugnt och njuta av en skön stund. Att koppla av i relation till solning skapar en association med att solen skapar förutsättningar för att kunna koppla av. Att “förbättra” något förstås som att man går från ett stadium till ett annat stadium

som anses bättre än utgångspunkten. I kontexten solning och att vara solbrun kan det röra sig om att förbättra sin solbrunhet.

Övriga texter har ett mer förnuftigt förhållningssätt till solning och använder ord som “skydda”, “minska risken” och “minska de skadliga effekterna”. Begreppet “skydda” bär på konnotationer som att värna om någonting och inte låta detta utsättas för något skadligt. I kontexten solning och att vara solbrun är det läsaren som uppmanas till att skydda sin kropp och hälsa, i synnerhet sin hud. Att “minska risken” och “minska de skadliga effekterna” är fraser som associerar till att medvetet undvika att utsätta sig för risker, i detta fall i form av solexponering. Formuleringarna och ordvalen skapar en känsla av att det är upp till gemene man att aktivt göra ett val att utsätta sig för onödiga risker eller ej. Användningen av ord som “risken” och “skadliga” förstärker konnotationerna till negativa företeelser som fara.

Några av texterna förespråkade även produkter för att uppnå konstgjord solbrunhet med exempelvis smink eller brun utan sol. Texterna hade dock inte en tydlig medicinsk karaktär, utan handlar i grunden mer om skönhet såsom att bli brun (utan att bränna sig) och undvika framtida rynkor genom att applicera skydd och vara försiktig. En av texterna skriver om “hudcancer” som en konsekvens av att bränna sig i solen.

2018 finns det ett mindre antal artiklar som behandlar ämnet solning och att vara solbrun. Likaså går av resultatet att utläsa att ämnet inte får så stort utrymme i det redaktionella innehållet under analyserat år. Endast ett större reportage behandlar ämnet, och övriga texter är mindre notiser eller andra kortare texter. Resultatet visar tecken på en mindre agendasättande funktion där solning och att vara solbrun får ett marginellt utrymme i Topphälsa under 2018.

Under 2018 har majoriteten av texterna ordval som är av positiv karaktär. En tredjedel av texterna har framträdande ord med negativa konnotationer. Kopplat till framing kan det konstateras att texterna framförallt förstärker en positiv inställning till solning och att vara solbrun. Däremot finns också texter och ordval som starkt framar solning och att vara solbrun som något negativt eller skadligt.

### 7.2.3 Jämförelse mellan åren

Studiens tredje frågeställning handlar om huruvida det går att se några förändringar i redaktionella texter kopplade till solning och att vara solbrun 2008 i jämförelse med 2018.

Vid jämförelse av åren kan konstateras att redaktionella texter som skriver om solning utan att belysa riskerna med detta beteende utgör en större del 2018 jämfört med 2008. Det som kan konstateras utifrån detta är att under 2008 så var framing mer framträdande i det avseende att man nästintill enkom uppmanade till ett mer försiktigt beteende i solen där man manar till att

skydda sig. 2018 å andra sida har en tydligare variation i vilket ljus de kastar på ämnet solning och att vara solbrun där uppmaningen till ett mer riskfyllt beteende är tydligare än 2008.

I övrigt är de båda åren relativt lika när det kommer till det utrymme som ges till texter som innehåller något av nyckelorden. Även de ord som används i dessa texter är likartade vid jämförelse av de båda åren. Likaså skrivs det både 2008 och 2018 om riskerna med solning kopplat till texter om skönhet snarare än mer medicinska texter.

## 8. Diskussion

Att vara solbrun är något eftertraktat hos många människor runtom i världen. Inom den västerländska kulturen har solbrunhet under 1900-talet utvecklats till att bli något som är associerat med välmående, och många forskare menar att detta är skapat och förstärkt av olika medier (se exempelvis Chang et al., 2014 eller Dixon et al., 2011 & 2014). Samtidigt som det solbruna idealet har blivit allt starkare, har vi även fått större kunskap om att exponering för solens strålar kan leda till dödliga former av hudcancer. Trots detta verkar det som att det solbruna skönhetsidealet är överordnat det faktum att solning är ett riskfyllt beteende.

Syftet med aktuell studie har varit att undersöka hur det svenska hälso- och träningsmagasinet Topphälsa förhåller sig till det faktum att exponering för solens strålar kan vara farligt och en problematisk aspekt av en livsstil. Topphälsa säger sig själva hjälpa personer till *“ett skönare, härligare och hälsosammare liv samt ge läsarna den smarta vägen till naturlig skönhet”* (Bonnier Magazines & Brands, u.å.). För att undersöka magasinets förhållningssätt djupare har vi ställt tre frågor med fokus på magasinets innehåll när det kommer till text och bild. Vi har genomfört en semiotiskt inspirerad bildanalys och en textanalys av mindre omfattning.

I följande avsnitt sammanfattar vi våra huvudsakliga slutsatser och diskuterar våra mest framträdande fynd. Vi kommer även ge förslag på möjliga områden för framtida forskning om solning och att vara solbrun.

### **Hur porträtteras kvinnorna i Topphälsa?**

För att på djupet kunna undersöka Topphälsas förhållningssätt till solning och att vara solbrun var det viktigt för oss att få en förståelse för hur magasinet porträtterar kvinnliga västerländska kroppar. Detta då dessa bilder kan visa på olika typer av livsstilar och ideal som kan påverka läsaren. Således berör vår första frågeställning dessa bilder och vad de porträtterar. Resultatet visar vid första anblick på en relativt generisk berättelse om den lyckliga och välmående västerländska kvinnan och hennes livsstil och fritidsintressen. Vi har däremot med vår djupare analys kunnat identifiera fem teman 2008 och fyra teman 2018. Samtliga teman handlar i grunden om en aktiv och hälsosam livsstil och de porträtterade kvinnorna har främst måttlig grad av solbrunhet och ej exponerad hud.

Målet med att på djupet studera porträtteringen av kvinnliga västerländska kroppar var primärt att försöka identifiera vilka attribut som var framstående kopplat till olika livsstilar. Vår förhoppning var även att vi skulle kunna sammankoppla identifierade teman med någon grad av solbrunhet. Vi intresserade oss för detta då vi på förhand förväntade oss att det skulle finnas ett starkt solbrunhetsideal kopplat till träning, detta baserat på våra egna upplevelser. Personer i vår närhet som tränar mycket, brukar ofta vara solbruna och vi själva associerar en solbrun hud till något attraktivt och hälsosamt.

Vi har genom våra identifierade teman fått en djupare förståelse kring ovan, men vi har också mött förvånande upptäckter i vårt resultat. Baserat på vår förförståelse och efter att ha läst tidigare studier inom ämnet hade forskargruppen en uppfattning om att graden av solbrunhet skulle variera beroende på vilka andra attribut som tillskrivs den porträtterade personen. Exempelvis trodde vi att vi skulle se en porträttering av personer med ingen solbrunhet som mer ohälsosamma, medan personer med större grad av solbrunhet skulle porträtteras mer vältränade, välmående och hälsosamma. Likaså trodde vi att personer som utstrålade exempelvis depression eller ledsamhet tydligare skulle kunna kopplas till ett mindre solbrunt ideal. Det som däremot kunnat utläsas av resultatet är att det finns en viss relation mellan de olika teman och en viss grad av solbrunhet, men snarare att de flesta teman handlar om en måttlig grad av solbrunhet. Detta ligger i linje med det mer övergripande västerländska favoritidealet av måttlig grad av solbrunhet. När det kommer till porträttingen av deprimerade eller ledsna personer lös de med sin frånvaro i det studerade materialet.

Vi är väl medvetna om att vi exkluderat en hel del bilder på personer som inte faller inom studiens urval, vilket i sig kan förstärka ovan nämnda generiska känsla. Vi trodde dock innan vår genomgång av materialet att vi skulle se större skillnader. Förklaringen till detta tror vi kan ligga i att Topphälsa upplevs ha en väldigt stor kunskap om sina läsare, och därigenom kan de i mycket hög grad anpassa innehåll och vinkel för att attrahera sin tänkta målgrupp.

### **En “falsk trygghet”**

Studiens andra frågeställning behandlar om och hur Topphälsa skriver om solning och att vara solbrun. Vi intresserade oss för denna frågeställning då det är intressant för studiens övergripande syfte att undersöka om texterna i magasinet förstärker eller motsäger det som kommuniceras i bild, något som vi återkommer till senare i diskussionen.

Vi har kunnat konstatera att det finns texter som behandlade aktuellt ämne, men i mindre utsträckning. I vår resultatdel har vi bedömt att de flesta artiklar hade ett förnuftigt förhållningssätt till solning. Det betyder att magasinet uppmanade till att skydda sig mot solens strålar med bland annat solskyddsfaktor. Däremot vill vi här poängtera att vi ser detta “förnuftiga” förhållningssätt som mer problematiskt än vad man kan tro vid första anblick. Solskyddsfaktor ger ett visst skydd mot solens farliga strålar, men inte ett fullständigt sådant. Trots att man använder solskyddsfaktor kan man bränna sig i solen. Det säkraste solskyddet, och således det mest förnuftiga, är att inte exponeras för sol överhuvudtaget. Detta är något som inte nämns i någon av de analyserade texterna.

Tidigare studier har gett oss kunskap om att människor kan använda magasin likt Topphälsa för att ta beslut gällande sin egen hälsa, detta trots att texterna i hälso- och träningsmagasin ofta inte är av medicinsk karaktär. Likaså har vi tidigare i uppsatsen belyst att det hos gemene man finns kunskap om solens farliga konsekvenser, men att man ändå utsätter sig för risk kopplat till solning. I relation till ovan problematisering kring hur Topphälsa uppmanar till

skydd kan en förklaring till människors riskfyllda beteende vara att en handlar utefter missvisande kommunikation och en känsla av "falsk trygghet" i och med användandet av solskydds faktor. Det vill säga, läsarna kan få uppfattningen om att vara tillräckligt skyddad mot solens farliga strålar genom användning av solskydds faktor, men att de i verkligheten inte är fullgott skyddade. För att koka ner Topphälsas textuella innehåll så handlar det kommunicerade beteendet om att hellre vara i solen med solskydd, än att inte vara i solen alls.

Vid jämförelse av de båda studerade årgångarna, vilket är studiens tredje frågeställning, reagerade vi på att det faktiskt inte verkar ha hänt så mycket som vi hade förväntat oss mellan 2008 och 2018. Nästintill samma bildteman framträdde under båda årgångarna. Det som kunde konstateras var att det skett vissa förändringar i olika attribut kopplat till varje tema, men att graden av solbrunhet inte förändrats nämnvärt mellan åren. Det som var mest betydande var att temat för "Soldyrkande Sara" inte var framträdande 2018. Att just detta tema försvunnit från magasinet blir extra intressant kopplat till studiens syfte. Vi ser på denna förändring som den tydligaste markören på att det kan ha skett något i porträtteringen av kvinnor kopplat till solning och solbrunhet. Vi anser, grundat på tämligen enkel logik, att ju färre bilder som domineras av temat "Soldyrkande Sara", desto bättre är det för magasinets förhållningssätt. Vi ser således ovan förändring som positiv då färre bilder hamnar inom temat "Soldyrkande Sara" vilket enligt oss gör att magasinet kommunicerar ett mer hälsosamt ideal.

När det kommer till det textuella innehållet var det väldigt likt mellan årgångarna, dock går det att utläsa en något större andel texter som uppmanar till ett mer riskfyllt beteende 2018. Här kan vi se tendenser kring att magasinet tagit "ett steg tillbaka" vad gäller redaktionella texter, där allt fler texter uppmanar till ett riskfyllt beteende kopplat till solning.

### **Påverkan på samhället**

Vår studie har baserats på forskning kring att medier har en agendasättande roll i samhället. Det handlar inte bara om att medier har makt att bestämma vilka ämnen som är viktiga, utan även att forma våra tankar och åsikter kring dessa ämnen. Syftet för vår studie har varit att undersöka hur det svenska hälso- och träningsmagasinet Topphälsa förhåller sig till det faktum att exponering för solens strålar kan vara farligt och en problematisk aspekt av en livsstil. I detta syfte ligger stor vikt vid att se på vad magasin likt Topphälsa kommunicerar för mening i bild och text, vilket kan ha inverkan på dess läsare.

Topphälsa är ett av Sveriges ledande magasin inom genren träning och hälsa. Det är ett typexempel på ett magasin inom aktuell genre och vi anser att magasinet lämpar sig väl för att uttala oss om tränings- och hälsomagasin riktade till kvinnor även i en större nationell kontext. För att återknyta till vår förståelse kan konstateras att Topphälsa förhåller sig bättre till solning och att vara solbrun än vad vi förväntade oss. De kommunicerar generellt ingen överdriven bild av att solbrunhet är något eftersträvänt. Detta kan vara ett tecken på att svenska hälso- och träningsmagasin inte är en dominerande aktör i att reproducera idealet



kring att det är fräscht att vara mycket solbrun. Däremot finns det i det redaktionella textinnehållet vissa varningsklockor. Trots att vi upplever att magasinet inte framhäver solbrunhet i lika stor utsträckning som vi trodde så saknar vi fler texter som informerar och upplyser läsarna om riskerna.

Ökningen av hudcancerfall i samhället har varit stor de senaste tio åren. Vår studie kan visa på att svenska hälso- och träningsmagasin inte, i någon större grad, verkar ha anpassat sitt innehåll utefter denna utveckling. Som nämnt ovan visar analysen på att hälso- och träningsmagasin inte är en dominerande aktör i att förstärka det solbruna idealet, men det går å andra sidan inte att säga att de aktivt upplevs göra något för att förändra detta ohälsosamma ideal. Vår slutsats blir således att magasinerna intar en neutral position där det sammantagna förhållningssättet innebär en kombination av förnuft och oförnuft. Vi ser detta som en strategi från magasinet att tilltala en så bred målgrupp som möjligt, och att det bakom detta förhållningssätt finns kommersiella intressen som styr hur man väljer att porträttera och skriva om solning och att vara solbrun.

Vi lyfte tidigt i uppsatsen att hälso- och träningsmagasin kan ses som en vägvisare kring hur man ska leva ett hälsosamt liv. Däremot kan vi nu konstatera att de snarare erbjuder en mängd olika vägval kopplat till solning och att vara solbrun, vissa mer hälsosamma än andra. Det blir upp till läsaren att bestämma om man ska vara ett skugg-snille eller en sol-dåre.

## 8.1 Vidare forskning

Vår analys är ett efterfrågat och välkommet bidrag i en skandinavisk kontext där studier tidigare har saknats. Vi har i vårt arbete försökt uppmärksamma och argumentera för att problem som tidigare funnits i framförallt länder på en varmare breddgrad kommer bli mer och mer aktuella även i Sverige. Av den anledningen behövs mer forskning om solning och dess ideal, redan i ett tidigt stadium av rådande klimatförändringar som kan leda till fler soltimmar och starkare sol i norr.

Vidare forskning kan med fördel genomföras med andra typer av medier i fokus. Exempelvis finns det idag mycket internationell forskning om nyhetsmediernas rapportering om solning, men sådana studier saknas till dags dato i Sverige. Likaså har vi under vår process ofta ställts för diskussioner kring hur vi som mottagare upplever de bilder och texter som vi analyserat. Det hade följaktligen varit intressant att undersöka hur exempelvis läsare av ett visst magasin upplever att det solbruna skönhetsidealet förmedlas. Något som också hamnat utanför ramen av den här uppsatsen, men som vi fått upp ögonen för, är att det förekommer många annonser som upplevs framhäva en intensiv grad av solbrunhet. En analys av reklam inom exempelvis svenska populärkulturella medier eller tränings- och hälsomagasin hade ur detta perspektiv varit intressant.

## 9. Referenser

1177 Vårdguiden. (2019). *Malignt melanom-hudcancer*. Hämtad 2019-09-11 från <https://www.1177.se/sjukdomar--besvar/cancer/cancerformer/malignt-melanom--hudcancer/>

American Cancer Society. (2012). *Cancer Facts & Figures 2012*. Hämtad 2019-11-09 från <https://www.cancer.org/research/cancer-facts-statistics/all-cancer-facts-figures/cancer-facts-figures-2012.html>

Andersen, L. K. (2011). Global climate change and its dermatological diseases. *International journal of dermatology*, 50(5), 601-603.

Armstrong BK. (2004). How sun exposure causes skin cancer: an epidemiological perspective. In: Hill D, Elwood JM, English DR, eds. *Prevention of skin cancer*. The Netherlands: Kluwer Academic Publishers, 2004:89 –116.

Banerjee, S. C., Campo, S., & Greene, K. (2008). Fact or wishful thinking? Biased expectations in I think I look better when I'm tanned. *American Journal of Health Behavior*, 32(3), 243-252.

Barker, C. (2012). *Cultural studies : Theory and practice* (4.th ed.). London: SAGE.

Barthes, R. (1964). RHETORIC OF THE IMAGE. *Communications*, 4, 40-51.

Basch, C. H., Ethan, D., Hillyer, G. C., & Berdnik, A. (2014). Skin cancer prevention coverage in popular US women's health and fitness magazines: An analysis of advertisements and articles. *Global journal of health science*, 6(4), 42.

Basch, C. H., Hillyer, G. C., Ethan, D., Berdnik, A., & Basch, C. E. (2015). Tanning shade gradations of models in mainstream fitness and muscle enthusiast magazines: implications for skin cancer prevention in men. *American journal of men's health*, 9(4), 301-306.

Beasley, T. M., & Kittel, B. S. (1997). Factors that influence health risk behaviors among tanning salon patrons. *Evaluation & the health professions*, 20(4), 371-388. ISO 690

Bignell, J. (2002). *Media semiotics: an introduction*. (2 uppl.). Manchester: Manchester University Press.

Birkeland, R., Thompson, J. K., Herbozo, S., Roehrig, M., Cafri, G., & van den Berg, P. (2005). Media exposure, mood, and body image dissatisfaction: An experimental test of person versus product priming. *Body Image*, 2(1), 53-61.

Bonnier Magazines & Brands (u.å.). *Topphälsa - tidningen som håller dig på topp*. Hämtad 2019-11-07 från <https://bonniermag.se/titel/topp-halsa/>

Bränström, R., Brandberg, Y., Holm, L., Sjöberg, L., & Ullen, H. (2001). Beliefs, knowledge and attitudes as predictors of sunbathing habits and use of sun protection among Swedish adolescents. *European Journal of Cancer Prevention*, 10(4), 337-345.

Bränström, R. (2003). *Skin cancer prevention*. Stockholm: Karolinska University Press.

Bränström, R., Ullén, H., & Brandberg, Y. (2004). Attitudes, subjective norms and perception of behavioural control as predictors of sun-related behaviour in Swedish adults. *Preventive Medicine*, 39(5), 992-9.

Bäckstrand, H. (2018). *SOLBRÄNDA MÄN- OM MANLIGA LIVSTILS- OCH SKÖNHETSIDEAL* (Kandidatuppsats). Göteborg: Institutionen för journalistik, medier och kommunikation, Göteborgs universitet. Kandidatuppsatsen är ej publicerad på GUPEA (2019-12-18).

Cafri, G., Thompson, J. K., Roehrig, M., van den Berg, P., Jacobsen, P. B., & Stark, S. (2006). An investigation of appearance motives for tanning: The development and evaluation of the Physical Appearance Reasons For Tanning Scale (PARTS) and its relation to sunbathing and indoor tanning intentions. *Body image*, 3(3), 199-209.

Cafri, G., Thompson, J. K., Jacobsen, P. B., & Hillhouse, J. (2009). Investigating the role of appearance-based factors in predicting sunbathing and tanning salon use. *Journal of behavioral medicine*, 32(6), 532-544.

Calder, N., & Aitken, R. (2008). An exploratory study of the influences that compromise the sun protection of young adults. *International Journal of Consumer Studies*, 32(6), 579-587.

Cancerfonden. (2018a). *Hudcancer*. Hämtad 2019-11-20 från <https://www.cancerfonden.se/om-cancer/cancersjukdomar/hudcancer>

Cancerfonden. (2018b). *De vanligaste cancerformerna*. Hämtad 2019-09-11 från <https://www.cancerfonden.se/cancerfondsrapporten/statistik/cancersjukdomarna-som-drabbar-flest>

Centre for Skin Research. (2006). *SkinResQU - United forces exploring a complex organ*. Hämtad 2019-12-18 från <https://skinresqu.gu.se>

- Chang, C., Muryaku, E.C., Penn, L., Abbasi, N.R., Davis, P.D., Berwick, M., Polsky D. (2014). More Skin, More Sun, More Tan, More Melanoma. *American Journal of Public Health*, 104(11), 92-100.
- Cho, H., & Choi, J. (2011). Television, gender norms, and tanning attitudes and intentions of young men and women. *Communication Studies*, 62(5), 508-530.
- Cho, H., Lee, S., & Wilson, K. (2010). Magazine exposure, tanned women stereotypes, and tanning attitudes. *Body Image*, 7(4), 364-367.
- Chong, D., & Druckman, J. (2007). Framing Theory. *Annual Review of Political Science*, 10(1), 103-126.
- Clipp, S. L., Burke, A., Hoffman-Bolton, J., Alani, R., Liégeois, N. J., & Alberg, A. J. (2011). Sun-seeking behavior to increase cutaneous vitamin D synthesis: when prevention messages conflict. *Public health reports*, 126(4), 533-539.
- Darlow, S. D., Heckman, C. J., & Munshi, T. (2016). Tan and thin? Associations between attitudes toward thinness, motives to tan and tanning behaviors in adolescent girls. *Psychology, health & medicine*, 21(5), 618-624.
- Dennis, L. K., Lowe, J. B., & Snetselaar, L. G. (2009). Tanning behaviour among young frequent tanners is related to attitudes and not lack of knowledge about the dangers. *Health Education Journal*, 68(3), 232-243.
- Dixon, H., Dobbinson, S., Wakefield, M., Jansen, K., & McLeod, K. (2008). Portrayal of tanning, clothing fashion and shade use in Australian women's magazines, 1987-2005. *Health Education Research*, 23(5).
- Dixon, H. G., Warne, C. D., Scully, M. L., Wakefield, M. A., & Dobbinson, S. J. (2011). Does the portrayal of tanning in Australian women's magazines relate to real women's tanning beliefs and behavior?. *Health Education & Behavior*, 38(2), 132-142.
- Dixon, H., Warne, C., Scully, M., Dobbinson, S., & Wakefield, M. (2014). Agenda-setting effects of sun-related news coverage on public attitudes and beliefs about tanning and skin cancer. *Health communication*, 29(2), 173-181.
- Douglas, M. (2003). *Purity and danger: An analysis of concepts of pollution and taboo*. Routledge.
- Ekström, M. & Moberg, U. (2008). Semiotik. I M. Ekström, (Red.), *Mediernas språk*, (s.17-39). Uppl 1:1. Malmö: Liber AB.

- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of communication*, 43(4), 51-58.
- Esaiasson, P., Gilljam, M., Oscarsson, H., Towns, A., & Wängnerud, L. (2017). *Metodpraktikan : Konsten att studera samhälle, individ och marknad* (Femte upplagan ed.). Wolters Kluwer.
- Fairclough, N. (2013). *Critical discourse analysis: The critical study of language*. Routledge.
- Fiske, J. (1990). *Introduction to communication studies* (2 uppl.). London & New York: Routledge.
- Giddens, A. (2005). *Modernitet och självidentitet- Självet och samhället i den senmoderna epoken*. Göteborg: Daidalos AB.
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Harvard University Press.
- Grabe, S., Ward, L. M., & Hyde, J. S. (2008). The role of the media in body image concerns among women: a meta-analysis of experimental and correlational studies. *Psychological bulletin*, 134(3), 460.
- Hall, S. (Ed.). (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices* (Vol. 2). Sage.
- Hawkins, N., Richards, P. S., Granley, H. M., & Stein, D. M. (2004). The impact of exposure to the thin-ideal media image on women. *Eating disorders*, 12(1), 35-50.
- Heckman, C. J., Wilson, D. B., & Ingersoll, K. S. (2009). The Influence of Appearance, Health, and Future Orientations on Tanning Behavior. *American Journal of Health Behavior*, 33(3), 238-43.
- Jones, J. L., & Leary, M. R. (1994). Effects of appearance-based admonitions against sun exposure on tanning intentions in young adults. *Health Psychology*, 13(1), 86-90.
- Kantar Sifo. (u.å.) Upplage- och räckviddsutveckling 2007-2016. Hämtad 2019-12-03 från [https://ts.se/media/1224/upplage\\_rackviddsutveckling2007\\_2016.pdf](https://ts.se/media/1224/upplage_rackviddsutveckling2007_2016.pdf)
- Kantar Sifo. (2018). *ORVESTO Konsument 2018:1*. Hämtad 2019-11-06 från [https://www.kantarsifo.se/sites/default/files/reports/documents/profilrapport\\_orvesto\\_konsum ent\\_2018\\_1.pdf](https://www.kantarsifo.se/sites/default/files/reports/documents/profilrapport_orvesto_konsum ent_2018_1.pdf)
- Kemp, G., & Eagle, L. (2009). The Bronze Debate: Looking Gold versus Getting Old. *Journal of Research for Consumers*, 1-6.

Koblenzer, C. (1998). The psychology of sun-exposure and tanning. *Clinics in Dermatology*, 16(4), 421-428.

Krook, J., & Moberg, G. (2017). "INGEN BIKINI BLIR SNYGG PÅ EN GRÖNVIT KROPP" En studie om solning och att vara solbrun i populärkulturella medier (Kandidatuppsats). Göteborg: Institutionen för journalistik, medier och kommunikation, Göteborgs universitet. Hämtad 2019-11-20 från <https://gupea.ub.gu.se/handle/2077/51762>

Kyle, R., Macmillan, I., Forbat, L., Neal, R., O'Carroll, R., Haw, S., & Hubbard, G. (2014). Scottish adolescents' sun-related behaviours, tanning attitudes and associations with skin cancer awareness: A cross-sectional study. *BMJ Open*, 4(5), E005137.

Larsman, P., Eklöf, M., & Törner, M. (2012). Adolescents' risk perceptions in relation to risk behavior with long-term health consequences; antecedents and outcomes: A literature review. *Safety science*, 50(9), 1740-1748.

Lindgren, E-C., & Eriksson L. (2010). Fanatiska levnadsvanor för hälsa eller kroppsligt utseende? I L.R-M. Hallberg (red.), *Hälsa och livsstil - forskning och praktiska tillämpningar*. (227-240). Lund: Studentlitteratur

Läkemedelsverket. (2018). *Solskyddsmedel*. Hämtad 2020-01-03 från <https://lakemedelsverket.se/malgrupp/Allmanhet/Kosmetika-och-hygienprodukter/Solskyddsmedel/>

Länsstyrelsen. (2019). *Vit, svart eller brun*. Hämtad 2019-11-20 från <https://www.lansstyrelsen.se/download/18.5e83a30f169d90292df17384/1556108150165/Rapport%202019-08%20Vit%20svart%20eller%20brun%20Handbok%20aktiva%20åtgärder%20hudfärg.pdf>

Mahler, H. I., Beckerley, S. E., & Vogel, M. T. (2010). Effects of media images on attitudes toward tanning. *Basic and applied social psychology*, 32(2), 118-127.

McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36, 176-187.

McWhirter, J. E., & Hoffman-Goetz, L. (2012). Visual images for skin cancer prevention: a systematic review of qualitative studies. *Journal of Cancer Education*, 27(2), 202-216.

Misra, M., Pacaud, D., Petryk, A., Collett-Solberg, P. F., & Kappy, M. (2008). Vitamin D deficiency in children and its management: review of current knowledge and recommendations. *Pediatrics*, 122(2), 398-417.

Murray, C. D., & Turner, E. (2004). Health, risk and sunbed use: A qualitative study. *Health, risk & society*, 6(1), 67-80.

Netdoktor. (2019). *Malignt Melanom*. Hämtad 2019-11-20 från <https://www.netdoktor.se/hud-har/sjukdomar/malignt-melanom/>

Papadimitropoulos, E., Wells, G., Shea, B., Gillespie, W., Weaver, B., Zytaruk, N., & Greenwood, C. (2002). Meta-analyses of therapies for postmenopausal osteoporosis. VIII: Meta-analysis of the efficacy of vitamin D treatment in preventing osteoporosis in postmenopausal women. *Endocr Rev* 2002;23: 560–9.

Peacey, V., Steptoe, A., Sanderman, R., & Wardle, J. (2006). Ten-year changes in sun protection behaviors and beliefs of young adults in 13 European countries. *Preventive medicine*, 43(6), 460-465.

Populär Historia. (2018). *Skiftande syn på solandet*. Hämtad 2019-11-18 från <https://populärhistoria.se/var dagsliv/skiftande-syn-pa-solandet>

Robinson, J. K., Rademaker, A. W., Sylvester, J. A., & Cook, B. (1997). Summer sun exposure: knowledge, attitudes, and behaviors of Midwest adolescents. *Preventive Medicine*, 26(3), 364-372. doi:10.1006/pmed.1997.0156

Rodriguez, L. & Dimitrova, D. (2011) The levels of visual framing. *Journal of Visual Literacy*, 30 (1) s 48-65.

Saridi, M., Toska, A., Pappa, V., Liachopoulou, A., Aggeli, D., & Birbas, K. (2009). Knowledge, attitudes and self care practices related to sun protection among teenagers in Greece. *Arch Hellenic Med*, 26, 355-65.

Scully, M., Wakefield, M., & Dixon, H. (2008). Trends in news coverage about skin cancer prevention, 1993-2006: increasingly mixed messages for the public. *Australian and New Zealand journal of public health*, 32(5), 461-466.

Scully, M., Makin, J., Maloney, S., & Wakefield, M. (2014). Changes in coverage of sun protection in the news: threats and opportunities from emerging issues. *Health education research*, 29(3), 378-387.

Severi G. (2004). Descriptive epidemiology of skin cancer. In: Hill D, Elwood JM, English DR, eds. *Prevention of skin cancer*. The Netherlands: Kluwer Academic Publishers, 2004:73–87.

Sjöberg, L. (2003). Neglecting the Risks: The Irrationality of Health Behavior and the Quest for La Dolce Vita. *European Psychologist*, 8(4), 266-278.

Sjöberg, L., Holm, L., Ullén, H., & Brandberg, Y. (2004). Tanning and risk perception in adolescents. *Health, Risk & Society*, 6(1), 81-94.

Slovic, P. (Ed.) (2000). *The perception of Risk*. London: Earthscan.

SMHI. (2019). *Ozonskiktet och klimatet*. Hämtad 2019-12-18 från <https://www.smhi.se/kunskapsbanken/klimat/ozonskiktet-och-klimatet-1.3830>

Strålsäkerhetsmyndigheten. (2018). *Råd och rekommendationer*. Hämtad 2019-09-11 från <https://www.stralsakerhetsmyndigheten.se/omraden/sol-och-solarier/rad-och-rekommendationer/>

SunSmart Victoria. (u.å.). *About SunSmart*. Hämtad 2019-12-27 från <https://www.sunsmart.com.au>

Suppa, M., Cazzaniga, S., Fargnoli, M. C., Naldi, L., & Peris, K. (2013). Knowledge, perceptions and behaviours about skin cancer and sun protection among secondary school students from Central Italy. *Journal of the European Academy of Dermatology and Venereology*, 27(5), 571-579.

Svensson, O. Hallberg, L. (2010). Jakten på välbefinnande och livskvalitet. Hallberg, L. (red). *Hälsa & livsstil- forskning & praktiska tillämpningar*. Lund: Studentlitteratur.

SVT. (2018a). *Hudcancerfallen ökar - Sverige på fjärde plats i världen*. Hämtad 2019-09-11 från <https://www.svt.se/nyheter/inrikes/hudcancer-okar-sverige-fyra-i-varlden>

SVT. (2018b). *2018 ett rekord soligt år*. Hämtad 2019-09-11 från <https://www.svt.se/nyheter/inrikes/2018-ett-rekordsoligt-ar>

Trivedi, D. P., Doll, R., & Khaw, K. T. (2003). Effect of four monthly oral vitamin D3 (cholecalciferol) supplementation on fractures and mortality in men and women living in the community: randomised double blind controlled trial. *Bmj*, 326(7387), 469.

White, K. M., Robinson, N. G., Young, R. M., Anderson, P. J., Hyde, M. K., Greenbank, S. & Baskerville, D. (2008). Exploring young people's beliefs and images about sun safety. *Youth Studies Australia*, 27(4), 43-49.

WHO. (u.å.). *How common is skin cancer?* Hämtad 2019-09-11 från <https://www.who.int/uv/faq/skincancer/en/index1.html>



Woodward, K. (1997). *Identity and difference* (Culture, media and identities, 3). London: Sage in association with the Open Univ.

Xie, Q., & Zhang, M. (2013). White or tan? A cross-cultural analysis of skin beauty advertisements between China and the United States. *Asian Journal of Communication*, 23(5), 538-554.

Youl, P. H., Janda, M., & Kimlin, M. (2009). Vitamin D and sun protection: the impact of mixed public health messages in Australia. *International Journal of Cancer*, 124(8), 1963-1970.

Østbye, H., & Larsson, L. (2004). *Metodbok för medievetenskap* (1. uppl. ed.). Malmö: Liber ekonomi.