



JÖNKÖPING UNIVERSITY  
*School of Education and  
Communication*

# **”Grattis, nu får du vara nöjd med dig själv”**

En kritisk diskursanalys av TV-programmet ”Du är vad du äter”

FÖRFATTARE: Hanna Andrén Lang  
Klara Söderberg

KURS: Medie- och kommunikationsvetenskap C, Uppsats  
Examensarbete/kandidatuppsats 15 hp

PROGRAM: Medie- och kommunikationsvetenskapliga programmet

EXAMINATOR: Jacob Nordangård

HANDLEDARE: Mia Verhoeff Friman

TERMIN: Höstterminen 2016



## SAMMANFATTNING

---

Författare: Hanna André Lang och Klara Söderberg

Uppsatsens titel (svenska): "Grattis, nu får du vara nöjd med dig själv"

Språk: Svenska

Antal sidor: 60

---

Den här studien fokuserar på mediernas bild av överviktiga kvinnor med fokus på TV-programmet "Du är vad du äter". Det som studeras är två avsnitt av programmet "Du är vad du äter". Syftet med studien är att undersöka hur överviktiga kvinnor framställs i "Du är vad du äter". För att undersöka hur dessa kvinnor framställs används kritisk diskursanalys (CDA) som metod. Det teoretiska ramverket studien är förankrad i är socialkonstruktivism, med en kritisk utgångspunkt.

Studien grundar sig i analysbegrepp som är hämtade från metoden CDA. Dessa begrepp möjliggör en kritisk, kvalitativ studie av språkanvändningen i "Du är vad du äter". Utifrån de lexikala val som tydliggörs efter dekonstruktionen av avsnittens språk delas materialet in i fyra olika teman, för att underlätta analysen. De två teman som syns tydligast i studien är att överviktiga kvinnor framställs som lata och dumma. Ett tredje tema är det rådande slankhetsidealet. Det avslutande temat är att TV-programmet legitimerar fatshaming.

## ABSTRACT

---

Author(s): Hanna Andrén Lang och Klara Söderberg

Title and subtitle (English): “Congratulations, now you’re allowed to be satisfied with yourself”

Language: Swedish

Pages: 60

---

This study focuses on how they picture people who are overweight in the Swedish version of the television show “You are what you eat”. Two episodes of the television show have been studied. The purpose of this essay is to see how overweight women are portrayed in the Swedish version of “You are what you eat”. To examine how women are portrayed the method Critical Discourse Analysis (CDA) is used. The theoretical framework has a critical starting point that is rooted in the social constructivism.

The analysis concepts used are fetched from the method of CDA. The concepts make it possible for a critical and qualitative study of the discourse in the show. Based on the lexical choice made in the discourse of the show it is divided into four different themes, this to make the analysis easier to comprehend. The two easiest themes to uncover is that overweight women are portrayed as lazy and stupid. The third theme uncovered was the current ideal of slenderness. The fourth and last theme was that one of the legitimations of fatshaming in this version of “You are what you eat”.

---

Keywords: CDA, Critical Discourse Analysis, social constructivism, “You are what you eat”, overweight, fatshaming,

# Innehåll

|   |    |
|---|----|
| 1. Inledning.....                             | 3  |
| 1.1. Problemformulering.....                  | 4  |
| 1.2. Begreppsförklaring.....                  | 5  |
| 1.2.1. BMI.....                               | 5  |
| 1.2.2. Fatshaming.....                        | 5  |
| 1.2.3. Övervikt.....                          | 5  |
| 2. Bakgrund.....                              | 6  |
| 2.1. Varför kvinnor.....                      | 6  |
| 2.2. Slankhetsidealet.....                    | 8  |
| 2.3. Du är vad du äter.....                   | 10 |
| 2.3.1. Avsnitt A.....                         | 11 |
| 2.3.2. Avsnitt B.....                         | 12 |
| 2.4. Kroppspositivism.....                    | 12 |
| 3. Teori.....                                 | 15 |
| 3.1. Socialkonstruktivism.....                | 15 |
| 3.1.1. Kritik till teori.....                 | 16 |
| 4. Tidigare forskning.....                    | 18 |
| 4.1. Fördomar och mediers påverkan.....       | 18 |
| 4.2. Empati.....                              | 18 |
| 4.3. Unga kvinnor och fördomar.....           | 19 |
| 4.4. Överviktiga som diskriminerad grupp..... | 20 |
| 4.5. Övervikt i medier.....                   | 21 |
| 4.6. Vårt bidrag.....                         | 22 |
| 5. Syfte.....                                 | 24 |
| 5.1. Frågeställning.....                      | 24 |
| 6. Metod.....                                 | 25 |
| 6.1. Material.....                            | 25 |
| 6.2. Insamlingsmetod.....                     | 25 |
| 6.3. Kritisk diskursanalys som metod.....     | 26 |
| 6.4. Analysschema.....                        | 27 |
| 6.5. Begreppsförklaring.....                  | 28 |
| 6.6. Kritik till metoden.....                 | 29 |
| 6.6.1. Reflektion.....                        | 29 |
| 7. Analys.....                                | 31 |
| 7.1. Värdeord.....                            | 31 |

|        |                                     |    |
|--------|-------------------------------------|----|
| 7.2.   | Framing power .....                 | 32 |
| 7.3.   | Teman.....                          | 34 |
| 7.3.1. | Överviktiga som lata.....           | 34 |
| 7.3.2. | Överviktiga som dumma .....         | 36 |
| 7.3.3. | Slankhetsidealet .....              | 39 |
| 7.3.4. | Legitimering av fatshaming .....    | 42 |
| 8.     | Slutdiskussion.....                 | 46 |
| 8.1.   | Västvärldens slankhetsideal .....   | 46 |
| 8.2.   | Negativa personlighetsdrag .....    | 48 |
| 8.3.   | Diskriminerad grupp .....           | 49 |
| 8.4.   | Förslag till vidare forskning ..... | 50 |
| 9.     | Referenslista .....                 | 51 |
| 10.    | Bifogade filer .....                | 54 |



# 1. Inledning

”Du är vad du äter” är ett livsstilsprogram ämnat för att hjälpa överviktiga att gå ner i vikt och få bättre koll på sina kostvanor. Programidén bygger på att deltagarna, som är överviktiga, ska ändra sina kost- och motionsvanor. Det resultat man senare hoppas på är en viktnedgång. Vårt syfte med den här studien är att undersöka hur överviktiga kvinnor framställs i TV-programmet ”Du är vad du äter”. Vi såg programmet när första säsongen visades i Sverige 2005, då vi var 12 år gamla. Vi uppfattade då en negativ diskurs gentemot deltagarna. Vi tycker oss se tendenser till förändring inom medier idag. Vi tycker oss se att överviktiga människor framställs på ett mer positivt sätt och får synas mer, de får inte bara medverka i bantningsprogram. När TV3 presenterade att de skulle börja sända ”Du är vad du äter” igen efter ett uppehåll på fyra år blev vi förvånade. Vi ställde oss frågan om programmet framställde överviktiga på det negativa sätt som vi mindes det eller om vi hade fabricerat det. Vi vill därför undersöka om vi nu, 2016, kan se en negativ diskurs mot överviktiga kvinnor i ”Du är vad du äter”.

För att kontextualisera studien börjar den med ett bakgrundskapitel som motiverar valet att fokusera på kvinnor, det rådande slankhetsidealet i västvärlden, programidén ”Du är vad du äter” och kroppspositivism. Utifrån denna bakgrund och det samhälle som vi lever i idag har vi uppfattat ett problem. Trots att människor blir mer accepterade oavsett kroppstyp eller storlek fortsätter man sända ett program som ”Du är vad du äter” där fokus ligger på viktnedgång och att övervikt alltid är ett problem. I och med ett sådant program upprätthåller man slankhetsidealet. Vi ser även en kunskapslucka i forskningen när det kommer till framställandet av överviktiga kvinnor i TV.

För att kunna undersöka hur överviktiga framställs behöver språket granskas. För att granska språket kommer vi att göra en kritisk diskursanalys (CDA). Med hjälp av den kritiska diskursanalysen kommer vi att analysera två avsnitt från TV-programmet ”Du är vad du äter”. Den teoretiska utgångspunkt som studien har är det kritiskt socialkonstruktivistiska perspektivet. Teorin bygger på att den kultur och värld vi lever i är socialt konstruerad. Den värld vi lever i är konstruerad av den kontext vi lever i och något som förändras över tiden. Flera studier vill göra gällande att den ideala kroppen är en social konstruktion och har förändrats över tiden, därför är det intressant att ha det socialkonstruktivistiska perspektivet. Förhoppningen är att den teoretiska utgångspunkten kommer att kunna säga något om varför diskursen ser ut på ett visst sätt när det gäller överviktiga i ”Du är vad du äter”.



Vi som genomför studien är två kvinnor, en av oss räknas (enligt BMI-skalan) som överviktig och den andra som fet. Dessa faktorer kan vara både positiva och negativa. Enligt författaren och kroppsaktivisten Charlotte Cooper (2016) är det alldeles för få överviktiga som gör studier om övervikt. Det positiva i att vi är överviktiga är att vi har en annan förförståelse och ser saker som en person med idealvikt kanske inte ser. Det finns självfallet nackdelar också, till exempel att vi uppfattar ordval och uttryck på ett sätt som personer utan övervikt kanske uppfattar annorlunda. Dessutom kan det vara så att vi upplever diskursen i programmet "Du är vad du äter" som hårdare och mer negativ än vad en smal person gör. Detta eftersom vi har en annan förförståelse, för hur det talas om överviktiga, på grund av vår vikt. Eftersom Cooper (2016) gör gällande att för lite forskning om övervikt är gjord av överviktiga, tror vi att det kan vara bra att bidra med mer forskning om övervikt gjorda av överviktiga. Men överlag tror vi att det positiva väger upp det negativa. Det kan ge ett annat perspektiv än den forskning som finns idag eftersom det oftast är människor med idealvikt som får uttala sig om överviktiga i medier (Cooper, 2016). Exempel är programledarna för "Du är vad du äter" Anna Skipper och Annika Sjöo.

Genom den här studien kommer vi att försöka bringa klarhet i hur överviktiga kvinnor framställs i TV-programmet "Du är vad du äter". Programmet har sänts på TV4 mellan 2005 och 2007, sedan på Sjuan mellan 2011 och 2012 (annaskipper.se, 2009). Senast började programmet sändas på TV3 under hösten 2016 (TV3, 2016).

## **1.1. Problemformulering**

Det problem som vi tycker oss se är att sättet det talas om överviktiga skiljer sig från sättet det talas om människor som har en idealvikt. Genom egna erfarenheter och genom de budskap som ges via medier ser vi att det talas på ett annat, mer negativt sätt när man talar om överviktiga. Vi vill därför analysera diskursen i ett program som "Du är vad du äter", eftersom att det handlar om överviktiga personer, för att se om de använder sig av en negativt språk eller väljer ord som bidrar till en viss diskurs. För att ett problem ska ses som äkta ska det finnas en kunskapslucka, en observation som inte har fått sin förklaring eller något som ska (om)värderas, ändras eller förändras (Rienecker & Stray Jörgensen, 2008). Vi saknar forskning om hur man framställer och talar om överviktiga i medier såsom TV, till exempel programmet "Du är vad du äter".

Det har forskats på hur medier påverkar publiken och hur publiken uppfattar mediernas budskap om övervikt och fetma (Greenberg et al, 2003). Däremot har det inte forskats lika mycket på vilken diskurs eller hur det generellt talas och skrivs om överviktiga i medier. Vi vill se hur diskursen i TV-programmet "Du är vad du äter" ser ut. Det är ingen nyhet att

medier, däribland TV, påverkar människor och deras bild av verkligheten (Sandberg, 2001). Det är därför vi finner det intressant att undersöka diskursen, eftersom ordval kan spela stor roll (Fairclough, 2010) i hur överviktiga kvinnor framställs i TV-programmet ”Du är vad du äter”.

## 1.2. Begreppsförklaring

### 1.2.1. BMI

BMI (Body Mass Index) är en metod som används av bland annat läkare för att räkna ut om en människa är under-, normal- eller överviktig. BMI räknas ut på så sätt att man först tar din vikt i kilo, multiplicera sedan din längd i meter med din längd i meter. Dividera vikten med det talet. Exempel:  $70 \text{ kg} / (1,70 \text{ m} \times 1,70 \text{ m}) = \text{BMI } 24,2$ . BMI räknas ut i cm och kg (Nationalencyklopedin, 02-11-2016).

BMI på 18.5 eller lägre = underviktig

BMI mellan 18.6 och 24.9 = normalviktigt

BMI på 25.0 och 29.9 = överviktig

BMI på 30.0 och högre = fetma

### 1.2.2. Fatshaming

Fatshaming är ett uttryck som används för att beskriva när en människa blir diskriminerad på grund av vikt, man skambelägger människor på grund av deras vikt. Detta sker oftast i kommentarsfält på sociala medier, men också via uttalanden i blogginlägg. Ett uppmärksammat fall i Sverige var när bloggerskan Katrin Zytomierska öppet skrev illa om en överviktig kvinna som var på gymföretaget SATS reklam i Aftonbladet (Ploog, 2012).

### 1.2.3. Övervikt

Övervikt räknar vi i den här studien som BMI-värden över 25.

## 2. Bakgrund

I västvärlden råder idag ett slankhetsideal hos både män och kvinnor (Carlsson & Arvidsson, 1994; Swami, 2015). Trots att liknande ideal gäller män har vi valt att fokusera på kvinnan och hennes slankhetsideal. Detta då femininitet ofta förknippas med skönhet och kroppsmedvetenhet, medan maskulinitet oftare förknippas med sport och dylikt som inte nödvändigtvis har med utseende eller kropp att göra (Bengts, 2000). En kvinna blir oftare skuldbelagd när det handlar om övervikt, medan det oftare är mer synd om mannen (Sandberg, 2001; Nilsson, 2011).

För att sätta studien i ett sammanhang i dagens samhälle redogör vi i detta kapitel för dagens och västvärldens syn på övervikt, kvinnan och övervikt samt övervikt i medierna.

Programidén bakom "Du är vad du äter" beskrivs samt det klargörs vad kroppspositivism är.

### 2.1. Varför kvinnor

Kvinnors och mäns fetma och övervikt behandlas olika i medierna. Veckopress, TV-program och även sociala medier påverkar de kropps- och skönhetsideal som idag finns i samhället. Dessa medier skriver om hur du ska gå ner i vikt och vad du ska äta för att gå ner i vikt. "Du" som ska gå ner i vikt är oftast en kvinna enligt Sandberg (2004). Sandberg (2004) hävdar att i de artiklar hon har baserat sin studie på, visar det sig att om du som kvinna går ner i vikt kommer hela ditt liv förändras. Du kommer få en mer givande karriär och bli mer attraktiv. Det är världsomvälvande för en kvinna att gå ner i vikt, vilket skiljer sig från män. En man som går ner i vikt tappar bara sina extra kilon, hans värld förändras inte. Detta gör att det är mer attraktivt för kvinnor att gå ner i vikt än. Det som även skiljer män och kvinnor åt i överviktsfrågan, är att män många gånger framställs som hjälplösa; det är inte deras fel att de gått upp i vikt och dessa män behöver hjälp för att ta sig ur detta tillstånd. En idé som finns är att kvinnor är bättre på att ta hand om sina kroppar och därför blir överviktiga kvinnor mer stigmatiserade och skambelagda än män. Detta hävdar även Nilsson (2011) och att överviktiga kvinnor framställs som mer motbjudande än män. Träning och kost ska regleras för den kosmetiska aspekten hos kvinnor och inte för deras inre hälsa; detta är det primära budskapet hos veckopressen (Sandberg, 2004). Unga kvinnor är lättpåverkade på grund av den identitetssökande processen de går igenom, samtidigt som medier och reklam basunerar ut att smal och slank är bra medan överviktig betyder katastrof i deras liv (Jarlbro, 1994).

Det görs skillnad mellan feminina och maskulina skönhets- och kroppsideal enligt Bengs (2000). När man pratar om maskulinitet handlar det ofta om sport och dylikt medan feminitet handlar snarare mer om skönhet än om sport. Bengs (2000) vill göra gällande att skönhet och att ta hand om sin kropp ses som en viktig del för att känna sig feminin. Detta är också tungt stöttat av bilder, produkter och service som konsumentkulturen bidrar med. Kvinnors engagemang i att försköna sina kroppar kan ses som mycket mer problematiskt och en del i det kvinnliga förtrycket. Till skillnad från män som försöker uppnå maskulinitet genom till exempel sport. Massmediers representation av män och kvinnor är viktig för hur vi uppfattar manligt och kvinnligt. Kvinnor associeras ofta med kroppsvård och skönhet i medier. På senare år har den typ av medieinnehåll börjat rikta sig mer och mer till män också. Studien visar att synen på sin egen kropp är viktig för unga människor men även vad andra tycker anses vara viktigt. Vänner, tillsammans med massmedier, anses vara de mest inflytelserika källorna för hur respondenterna, speciellt tjejer, uppfattar sin kropp. Bengs (2000) drar slutsatsen att massmediers bilder av hur kroppen "ska se ut" påverkar respondenterna. Eftersom massmediers bilder blir något de jämför sig med och ser som en målbild i hur de vill se ut. Kvinnors oro över hur andra ser på deras kropp kombinerat med den frekventa porträtteringen av kvinnans kropp som ett objekt i massmedier kan vara en förklaring till varför kvinnor lägger mycket vikt vid hur andra ser på dem (Bengs, 2000).

Kvinnor har också beskyllts för att vara ansvariga för männens övervikt. Som kvinna, hushållerska, fru och mor fick kvinnorna skulden för att männen och barnen i huset var överviktiga. Det var kvinnornas uppgift att se till att de i hushållet fick rätt sorts näring och inte för mycket av det onyttiga. Eftersom kvinnan hade en central roll i hushållet var det hennes uppgift att kontrollera männen och barnens intag av näring, eftersom det var hon som lagade maten (Nilsson, 2011). I Sjövall's (1953) bok "Magra. En bok om fetma" beskrivs det att det är moderns fel om hennes barn blir överviktiga, detta på grund av att modern inte älskar sina barn och därför måste kompensera sin brist på kärlek med mat (Nilsson, 2011). Även Gard och Wright (2005) tar upp att mödrar många gånger beskylls för att göra sina barn feta. De tar upp att enligt Shanahan (2002) är det moderns fel att barnen är överviktiga för att de inte ger sina barn tillräckligt bra mat och att barnen får äta framför TV:n istället för vid bordet där familjen talar med varandra.

"Nilsson (2011) och Sandberg (2004) menar att kvinnors övervikt anses vara mer självförvållad än mäns. Detta är en anledning till att se över hur överviktiga kvinnor framställs i "Du är vad du äter". En kvinnas övervikt är mindre accepterad än en mans vilket gör det till, för oss som överviktiga kvinnor, ett mer intressant studieobjekt. Kvinnor är oftare utsatta för kroppsdiskriminering och är därför mer intressanta att studera (ibid).

## 2.2. Slankhetsidealet

“I vår hälsofixerade och kroppsmedvetna kultur är den politiskt korrekta kroppen för båda könen slank, starkt, androgyn och fysiskt i form” (Carlsson & Arvidsson, 1994, s. 249). Det är ett ideal som gäller för de flesta västerländska kulturer och ses som något naturligt (Swami, 2015). En slank kropp ses ofta som sund och per definition frisk och hälsosam medan en överviktig kropp har kommit att betraktas som sjuk och avvikande (Sandberg, 2004). En tredjedel av den amerikanska befolkningen är överviktig (Brown, 2015) men övervikt räknas fortfarande som avvikande i medier eftersom medierna inte är representativa när det gäller att spegla hur befolkningen och verkligheten ser ut (Greenberg et al, 2003). Det ökade intresset för kroppen har fört med sig större uppmärksamhet på individers hälsa, på både gott och ont. Gränser mellan kroppsideal och sundhetsideal, skönhet och hälsa har blivit mer diffusa (Sandberg, 2004). Det finns även en hög grad av moraliserande kring kropp och hälsa i vardagen. Sandberg (2004) vill göra gällande att det har blivit allt mer legitimt att uttrycka äckel eller avståndstagande inför tjocka människor. Människor har svårt att acceptera att inte alla engagerar sig i kroppsliga projekt. Det kan ses som en produkt av det slankhetsideal i västvärlden (ibid).

*“Fat is unhealthy. It’s a statement that’s so general, so broad, and also so deeply ingrained, it’s hard to pin down precisely what it means. It’s just something everyone knows, right?” (Brown, 2015, kap. 1).*

I den sociala och kulturella kontext vi lever i, här i västvärlden, är det vedertaget att övervikt är lika med ohälsa, utan att någon ifrågasätter det. Brown (2015) gör gällande att det är svårt att ifrågasätta detta i en kultur där det ses som självklart att fett är lika med ohälsa. Men i boken “Kampen för Folkhälsan” (Carlsson & Arvidsson, 1994 s.111) förklarar man att ha hälsan, eller att vara hälsosam som följer: “En människa har hälsan (alternativt full hälsa) om och endast om hon helt saknar sjukdomar”. Här nämns inte något om att man måste vara smal för att leva ett hälsosamt liv och må bra. Ändå tenderar vi i västvärlden att förknippa övervikt med ohälsa och en hälsosam kropp med en slank kropp. Även om en överviktig person äter bra, rör på sig ofta och lever ett hälsosamt liv ses denne som mer ohälsosam än den smala som kanske lever på pasta, vitt bröd och inte rör på sig nämnvärt. Enligt Carlsson och Arvidsson (1994, s. 112-113) karaktäriseras också hälsa genom att betona två förhållanden: “för det första en känsla av välbefinnande i fallet av hälsa och en känsla av lidande i fallet av ohälsa; för det andra förmåga eller oförmåga till handling”. Det är ännu ett exempel på att övervikt inte är detsamma som ohälsosam, i alla fall inte när vi pratar om den

svenska folkhälsan. Om någon är överviktig men mår fysiskt bra samt kan utföra alla de saker en människa är ämnad att göra, då bör denne inte ses som ohälsosam enligt de kriterier ovan.

*“In 1948, WHO issued a statement defining health as “a state of complete physical, mental, and social well-being and not merely the absence of disease or infirmity.” That seems more aspirational than realistic; by that standard, I don’t know anyone who would qualify as healthy.” (Brown, 2015 kap. 1)*

Detta utfärdande av WHO, om hur en hälsosam person ska vara, kritiserades av många (Carlsson & Arvidsson, 1994) och antogs vara alldeles för brett, precis som Brown (2015) gör gällande. I deras anseende, är det omöjligt att se vem som är hälsosam med blotta ögat och det kan inte bedömas av vem som helst. Gard och Wright (2005) tar upp det som Dubos (1971) sa att den perfekta hälsan är en hägring och ändras av olika tävlande prioriteringar som kultur, egna relationer, fysisk njutning och även den ekonomiska situationen. Det är individuellt vad den perfekta hälsan är och det ändras också över tid i en människas liv (Gard & Wright, 2005).

*We diet for one of two reasons, or both: Looks and health. If (a) you’re a woman, and (b) you want people to think you’re attractive, you’ve got to be thin (or least thinnish) by the cultural standards of the day. And whether you’re a woman or a man, if you’re not thin you’ve certainly been told in many ways that your health will suffer if you don’t lose weight. So we diet” (Brown, 2015).*

Det har inte alltid varit så att feta kvinnor har räknats som något icke önskvärt. På 1800-talet och längre bak i tiden finns det beskrivningar av kvinnor med fetma på bordeller som attraktiva (Ne.se, 2016). Flera vill göra gällande att slankhetsidealet är något som är konstruerat av den kultur och tid vi lever i (Carlsson & Arvidsson, 1994; Sandberg, 2001; Swami, 2015). Detta är dock en naiv bild att blint tro på. Många av de forskare som säger detta har ofta tagit avstamp i att de hittat enbart ett eller två exempel på överviktiga eller artefakter. Enligt Gard och Wright (2005) har övervikt varit ett återkommande socialt problem genom många århundranden. De lyfter också frågan om varför man inte då hittat svaret på detta “problem”. Människor fortsätter vara överviktiga trots att det kommit tusentals lösningar på hur man ska gå ner i vikt genom tiden (Gard och Wright, 2005).

### 2.3. Du är vad du äter

*“Nu kommer tittarsuccén Du är vad du äter äntligen tillbaka till TV3 – i en ny, spännande tappning och med hälsogurun Annika Sjöo som programledare. Här ska Annika träffa svenskar med rejält osunda vanor som får en unik chans att förändra sina liv med skraddarsydd kost- och träningsplaner. Det blir känslosamma möten med tuffa insikter, stenhårda krav och en stor dos kämpaglöd.” (TV3, 2016)*

Så lyder programbeskrivningen till årets säsong av “Du är vad du äter” som sänds på TV3 i höst (2016). Det är ett livsstilsprogram som sändes på TV3 sedan starten 2005 till och med 2007 (Johansson & Lindström, 2007). År 2011 flyttade programmet till TV4:s systerkanal Sjuan, då kallad TV4 plus (TV4.se, 2016). Programmet har en brittisk förlaga vid namn “You are what you eat” (Johansson & Lindström, 2007). Eftersom den nya säsongen började först den tredje november i år har vi valt att använda oss av endast ett avsnitt från den nya säsongen och sedan kolla på ett äldre avsnitt där Anna Skipper fortfarande var programledare. Anna Skipper presenteras som kostexpert och till sin hjälp har hon läkaren Anders Kjellberg, tillsammans ska de hjälpa de medverkande att komma till viktiga, men ofta otäckta, insikter om deras hälsa (Annaskipper.se, 2009). På hemsidan annaskipper.se (2009) står det att målet är att få flås på landets soffpotatisar och deras tillvägagångssätt ska vara motivation, inspiration och lite skrämselfpropaganda.

År 2006 skrevs det en debattartikel av Ingrid Larsson, Maria Magnusson och Elisabet Rothenberg för dietisternas riksförbund i tidningen Göteborgsposten med rubriken “Lägg ner Du är vad du äter”. Författarna till artikeln ville rikta kritik till programmet och hävdade att det sprider fördomar och förmedlar en allt annat än hälsofrämjande syn på mat och ätande (Larsson, Magnusson & Rothenberg, 2006). De tre dietisterna tyckte att programmet har en ytterst diskutabel människosyn som leder till att fördomar förstärks och sprids (Larsson, Magnusson & Rothenberg, 2006).

*En "kostexpert" ger här grundlösa kostråd till programmets deltagare som nästan samtliga har fetma. Fetma är en medicinsk diagnos och skall behandlas därefter. Flera av deltagarna förefaller också lida av någon eller några av de sjukdomar (exempelvis typ 2 diabetes) som ofta åtföljer fetma. Att programledaren ger sig på att kvasibehandla dessa sjukdomar verkar inte bekymra henne. Hon förmedlar en moraliserande, skuldbeläggande och allt*

*annat än hälsobefrämjande syn på mat och ätande. (Larsson, Magnusson & Rothenberg, 2006)*

Författarna till artikeln "Lägg ner Du är vad du äter" tyckte att programmet ger folk en dålig syn på mat och ätande, det handlar mer om en viktnedgång än att välja en hållbar och hälsosam kosthållning och syn på mat (Larsson, Magnusson & Rothenberg, 2006). De ställer sig också frågan: "Om vi är vad vi äter - vad är då den som lever på så kallad skräpmat?". Enligt dietisterna antyder programledaren att de personer som lever på skräpmat också är skräp själva (Larsson, Magnusson & Rothenberg, 2006). I programmet vill man framställa deltagaren som ett barn som inte vet sitt eget bästa, programledaren oroar sig över matvanorna som om deltagaren vore dum, karaktärs- och ansvarslös inför sin egen hälsa. Vanliga fördomar om personer med övervikt och fetma sprids nu på bästa sändningstid (Larsson, Magnusson & Rothenberg, 2006). De vill också rikta kritik mot att programledaren försöker behandla medicinska åkommor med produkter som inte har någon dokumenterad farmakologisk eller icke-farmakologisk effekt. Deltagarna ska också genomgå till exempel en behandling som sägs ska "rensa ut giften" ur kroppen, en behandling som heller inte har en dokumenterad effekt. När man nutritionsbehandlar fetma inom ramen för medicinsk behandling vilar det på en grund av vetenskap och beprövad erfarenhet; detta tycker Larsson, Magnusson & Rothenberg (2006) saknas i TV-programmet "Du är vad du äter". De tyckte att den upplevda avsaknaden av respekt och värdigt bemötande är än värre. Programmet är enligt Larsson, Magnusson & Rothenberg (2006) ett av flera program med programledare som sprider osanningar om mat, ätande och viktninskning. De förstärker även fördomar om en stor sårbar patientgrupp i Sverige, de med fetma och övervikt. I Johansson och Lindströms C-uppsats från 2007 är det en i deras fokusgrupp som också kritiserar programmet för att framställa överviktiga som dumma och missbrukande individer och att programmet bidrog till den negativa bilden av överviktiga.

Med den här kritiken, som kommer från dietister och näringsfysiologer och dessutom skrivs under av dietisternas riksförbund, är det relevant att lyfta frågan om hur det talas om överviktiga i detta program. De som skrev artikeln har reagerat på hur man framställer deltagarna, redan 2006, men ändå fortsätter man att producera fler säsonger.

### 2.3.1. Avsnitt A

I avsnitt A är Eva deltagare och Annika Sjöo programledare. Avsnittet sändes under hösten 2016 på TV3. Eva väger 133 kilo och känner sig begränsad av sin vikt. Hon vill ha hjälp med



kost och träning för att gå ner i vikt. Hon tycker att hennes vikt hindrar henne från att göra det hon tycker om, bada och gå på gymmet. Programledare Annika Sjöö ska hjälpa Eva med att ändra sina matvanor och börja träna. I avsnittet får tittaren följa Eva när hon tar sig an de nya utmaningarna. Genom programmet går Eva ner 13 kilo i vikt.

### 2.3.2. Avsnitt B

I avsnitt B är Louise deltagare och Anna Skipper är programledare. Lousie väger 86 kilo och vill ha hjälp med att gå ner i vikt och lägga om sina kostvanor. Detta för att hon vill träffa någon och kunna ha sina gamla jeans igen. Programledaren Anna Skipper hjälper Louise att äta nyttigare och att komma igång med träning. Genom avsnittet får vi följa Lousie när hon tränar och äter annorlunda. I slutet får tittarna se resultatet av Lousie förändring, en viktnedgång på 12 kilo.

## 2.4. Kroppspositivism

I en artikel från Psychology Today (2016) beskrivs kroppspositivism som att acceptera den kropp du har men att också acceptera de förändringar i form, storlek och förmåga du genomgår på grund av naturen, ålder eller dina egna personliga val under din livstid. Kroppspositivism handlar om att oavsett vad som pågår inuti och utanpå din kropp är du lika mycket värd som människan bredvid dig (Psychology Today, 2016). Det handlar alltså om att acceptera din kropp som den är just nu, att vara bekväm i den kropp du har och att inte straffa sig själv för att man ser ut som man gör (Psychology Today, 2016; Cooper, 2016). Det finns många bloggare, i Sverige och utomlands, som bloggar om eller har konton på instagram där de belyser kroppspositivism och lägger upp bilder på sina kroppar. Några exempel på svenska bloggare eller instagrananvändare som ägnar sig åt kroppspositivism är Natashja Blomberg (LadyDahmer.se), Cassandra Klatzkow (@cassklatzkow) och Ebba Nilsson (@babe\_ebba). I en artikel i Sydsvenskan 7 mars 2015 kommenterar Natashja Blomberg synen på sin kroppspositivism eller kroppsaktivism som följer: "Egentligen kallar jag mig inte kroppsaktivist. Men det är ju det jag är – eftersom jag använder min kropp som ett verktyg. Jag önskar att jag bara fick existera, men så fort jag visar mig på en bild där mina valkar syns, så provocerar jag."

I maj 2016 publicerade Dagens Nyheter en artikel om att kroppsaktivismen, (kroppsaktivism och kroppspositivism är i princip samma sak) växer i Sverige. I artikeln intervjuas Cassandra Klatzkow där hon berättar om sin väg till att bli kroppsaktivist. Hon berättar att hon, för ett år sedan, inte hade hört talas om kroppspositivism men att hon idag ser det som självklart att

kalla sig kroppsaktivist (Dagens Nyheter, 2016). Det hon tycker är viktigast är att visa att man kan vara tjock och lycklig, dels för sin egen skull och dels för att hon märker att det hjälper de som följer henne (Dagens Nyheter, 2016). Kroppsaktivister eller kroppspositivister får väldigt mycket kärlek men också mycket hat och hot. Ebba Nilsson har fått utstå mycket hat sen hon startade sitt instagramkonto och började lägga upp bilder på sin kropp. Det har bara fått henne att lägga upp fler bilder eftersom att hon vill visa att hon inte bryr sig om vad någon annan tycker (Dagens Nyheter, 2016). Ebba Nilsson uppfattar att folk inte vill att hon ska vara nöjd med sin kropp (Dagens Nyheter, 2016). Men dessa aktivister har tagit större och större plats på sociala medier och i modemagasin, de har plockats upp av modellagenturer och miljontals människor följer deras konton (Dagens Nyheter, 2016). Med internet och sociala medier har spelplanen förändrats. Det är lättare att hitta människor att känna igen sig hos och bli stärkt av. Man kan föra sin kamp för kroppspositivismen utan att behöva lämna sitt hem (Dagens Nyheter, 2016). Kroppsaktivism är dock inte ett nytt fenomen utan redan under 1960-talet kom den första vågen av kroppsaktivister, då under namnet "fat pride" eller "fat power". Målet var då som nu att bli accepterad som man är utan att behöva utstå spott och spe (Dagens Nyheter, 2016). Charlotte Cooper, författare och kroppsaktivist, berättar för Dagens Nyheter (2016) att det har skett en gradvis förändring till det bättre, även om den folkhälsopolitik som drivs kring övervikt fortfarande är "ond och missriktad".

Lindex har under hösten 2016 utökat så att större delar av deras sortiment går längre upp i storlekarna, upp till 3XL, än som vanligtvis till storlek 46 eller XL (ELLE, 2016). Därmed försvinner deras avdelning Generous helt, som uteslutande har riktat sig till större kvinnor. I ELLE (2016) kommenterar Lindex att de vill att kvinnor i alla storlekar ska känna sig inkluderade, och att de hoppas att fler kvinnor kommer att uppfatta deras sortiment som inspirerande och tillgängligt, oavsett storlek. Det är en förändring som sker, där det blir lättare för alla kvinnor att hitta kläder i rätt storlek och klädindustrin blir mer inkluderande. Kroppsaktivister har reagerat positivt på denna förändring. Bland annat skriver Linda Hörnfeldt på sin blogg "LaLinda" (2016) att hon är glad att branschen har lyssnat och att en butikskedja går ut och gör ett sånt inkluderande statement är bra. 2014 skrev journalisten Marie Southard Ospina på Bustle, en internettidning, om kroppspositivsm och kroppsinkludering. Hon berättade om moderedaktören på Marie Claire, Nicolette Masons, kollektion för ModCloth och att den finns i storlekarna XS till 4XL och att deras reklamkampanjer innehåller både smala och plus-sizemodeller. En annan kampanj som hon berättar om är Katie Kozloffs kollektion med träningskläder vid namn Katie K. Southard Ospina tycker att det är ett briljant medgivande till att man kan vara "hälsosam i alla storlekar" och en påminnelse att kvinnor i alla storlekar tränar (Bustle, 2014). Nike lade för första gången 2016 upp en plus size modell i en instagrabild iklädd enbart träningsstajts och

en sport BH för att göra reklam för sin plus size-kollektion samt för att belysa det viktiga med att välja en bra sport-BH (Huffington Post, 2016).

Det är en lång väg kvar att gå för kroppspositivisterna, men deras kamp har definitivt gjort avtryck i dagens samhälle. År 2012 gick Seventeen Magazine med på att sluta retuschera modeller, 2015 lovade Women's Health att sluta använda meningar som "gå ner 2 storlekar" och "bikinikropp" från sina omslagstitlar och 2016 hade Sports Illustrated med sin första plus-sizemodell, Ashley Graham, på ett av tre omslag för deras årliga badklädersutgåva (Psychology Today, 2016).

### **3. Teori**

Teorin har många funktioner i en studie. Bland annat fungerar teorin som förklaring till undersökningens resultat, teori som bakgrund, teori som grund för metod och teori som diskussion, sammanställning och jämförelse (Rienecker & Stray Jörgensen, 2008). Det vi vill fokusera vår teori på är just att använda teorin till hjälp för att förklara undersökningens resultat.

#### **3.1. Socialkonstruktivism**

Den teori som passar studien är socialkonstruktivism. Analysen och diskussionen genomförs med det socialkonstruktivistiska perspektivet för att kunna utmana och diskutera synen på överviktiga i programmet "Du är vad du äter", som social konstruktion.

Socialkonstruktivismen utgör en kritisk kraft och tar inte det direkta och omedelbara för givet enligt Barlebo Wenneberg (2001). Den försöker avslöja de direkta fenomenen som ytliga företeelser som styrs av bakomliggande och mer "verkliga" storheter (Barlebo Wenneberg, 2001). En socialkonstruktivist skulle hävda att vår upplevelse av omvärlden är socialt konstruerad och därför passar denna teori vår studie. Synen på överviktiga är socialt konstruerad av den tid vi lever i, därför passar socialkonstruktivism för att analysera och diskutera materialet.

Det är många fenomen i vårt samhälle som ses som naturliga företeelser, men som egentligen är en produkt av kulturer och kontexter. Ett exempel på något som är en social konstruktion i samhället är att vi i Sverige och större delen av världen kör på höger sida av vägen, det uppfattas som något självklart. Men så är inte fallet, då man i Sverige innan 1967 och i Australien samt England i dagsläget kör på vänster sida av vägen (Barlebo Wenneberg, 2001). Barlebo Wenneberg (2001) tar upp flera exempel i sin bok där något uppfattas som naturligt men egentligen är en social eller kulturell produkt. Ett annat exempel är skillnaden i sorguttryck - att vi gråter när vi blir ledsna medan kvinnor från till exempel Mellanöstern kan skrika och slita sig i håret när någon har gått bort istället för att fälla tårar. Vi i västvärlden och Sverige kan uppfatta det som hysteriskt och tillgjort men båda formerna av sörjande kan uppfattas som naturliga då de upplevs inifrån kulturen. Kroppsspråk, normer för ätande och sexualitet är också exempel på företeelser som uppfattas som naturliga men vid en närmare betraktelse, framförallt i jämförelse över kulturgränserna, visar sig vara socialt konstruerade (ibid).

När det kommer till kroppsideal finns det också kulturella skillnader. I Sverige och med vår hälsofixerade och kroppsmedvetna kultur är den politiskt korrekta kroppen för båda könen slank, stark, androgyn och fysiskt i form (Carlsson & Arvidsson, 1994). I andra kulturer kan

det se annorlunda ut. Att vara smal är ett etablerat ideal för den kvinnliga kroppen i den västerländska kulturen (Swami, 2015). Det är något som västvärlden är vana vid och ser som naturligt, men runt om i världen ser det annorlunda ut. Till exempel ser öborna runt södra stilla havet annorlunda på övervikt och fetma. Traditionellt associeras fetma där med hög status, auktoritet, rikedom och - bland kvinnor specifikt - sexualitet och kvinnlighet (Swami, 2015). Här kan det dras en tydlig parallell till att synen på övervikt och fetma kan vara en social konstruktion som påverkas av den kultur vi lever i. "Vår kunskap om och uppfattning av kroppen formas av normer och värderingar i det samhälle vi lever i, samtidigt som den kan ge upphov till fysiska uttryck för dess kultur" (Carlsson & Arvidsson, 1994, s. 245). Detta citat är hämtat ur en bok som behandlar folkhälsan i nu- och dåtid och är utgiven i samarbete med forskningsrådsnämnden.

I vår studie vill vi använda oss av ett kritiskt, socialkonstruktivistiskt perspektiv eftersom det, enligt Barlebo Wenneberg (2001), erbjuder en öppning till att betrakta saker och ting på ett annat sätt. Att ifrågasätta synen på överviktiga med hjälp av kritisk socialkonstruktivism ger möjligheten att tränga bakom ytan och tingens "naturlighet". Att tillämpa socialkonstruktivismen ger ett perspektiv som kan låsa upp eller bryta ner de traditionella föreställningar som ofta kan vara tämligen cementerade och låsta (Barlebo Wenneberg, 2001).

### 3.1.1. Kritik till teori

Även om socialkonstruktivismen till ytan känns som en ganska felfri teori vill vi ändå belysa den kritik som teorin har fått. Att tränga under ytan är en stor del av den kritiska socialkonstruktivismen men just att komma bakom det yttre är också ett av problemen med socialkonstruktivismen. Om man har börjat att dekonstruera det uppenbara och typiska, kan det bli svårt att sluta. De nya företeelser som man stöter på kan också vara ett uttryck för sociala konstruktioner. Vid första anblick verkar socialkonstruktivismen tillförlitlig, men snabbt upptäcker man att det döljer sig en problematisk logik bakom den. Denna logik försvårar föreställningar om det naturliga (Barlebo Wenneberg, 2001).

Med denna beskrivning av problemen som finns med socialkonstruktivismen vill vi påvisa att vi är medvetna om att socialkonstruktivismen inte kan erbjuda en sanning. Vi kan bara göra gällande att synen på något kan vara socialt konstruerat, men att alternativet likväl kan vara lika socialt konstruerat. Med det socialkonstruktivistiska perspektivet kan vi analysera och diskutera runt samhällets påverkan på vår syn på överviktiga, men vi kan inte säga något om vad det naturliga utfallet, utan social påverkan, skulle ha blivit.



## 4. Tidigare forskning

### 4.1. Fördomar och mediers påverkan

*Det råder dock ingen tvekan om att medierna är viktiga när det gäller att förse oss med symboliska material för våra kropps- och identitetsprojekt (Sandberg, 2004).*

Medierna förser oss med ett slags mallar för hur vi ska bygga våra kroppar och inom dessa ramar framställs den smala kroppen som något attraktivt och ett ideal. Många gånger genom framgångshistorier om hur en person har gått från att vara överviktig till smal och sedan visar sitt avståndstagande och distanserar sig från sitt förra överviktiga jag. I medierna framställs ofta övervikt med hjälp av termer som ohälsa, skuld, skam, ansvar och risker (Sandberg, 2004). I artiklar har Sandberg (2004) hittat att det är det kosmetiska dilemmat av övervikt som är mer självbärande och ses även mer som en huvudsak än övervikt ur ett hälsoperspektiv. Det kosmetiska dilemmat har ett högre underhållningsvärde. Det som också många gånger kommer fram i medier är att vara överviktig är en ständig kamp eller ett pågående krig mot de överflödiga kilona och även att människor ska ta till vapen (bantning, träning med mera) mot sin övervikt. Dessa metaforer visar på associationen mellan övervikt och olycka. När man talar om framgångshistorier med viktneidgång talas det ofta om resan från övervikt till idealvikt och även denna metaforer visar på hur man ska komma fram till en lyckligare plats, där alla smala landar. Målet med att bli smalare är att bli vackrare. Gener, ansiktsdrag och andra faktorer på en människas utseende är en icke-fråga, är du överviktig spelar det ingen roll hur du ser ut annars. Enligt medier anses du inte vara attraktiv och detta baseras enbart på grund av av din övervikt, enligt Sandberg (2004). Vi människor tolkar våra omgivningar och erfarenheter bland annat utefter de representationer som sker i media. Det finns en stor stigmatisering kring övervikt. På en omedveten och icke uttalade nivå men också på en medveten och uttalad nivå finns det stereotyper som pekar på att överviktiga människor är dumma, lata, fula och motbjudande. Före detta överviktiga, med sin framgångsresa, bekräftar detta med avståndstagande från sina forna jag (Sandberg, 2004).

### 4.2. Empati

Det har tidigare använts mediemanifestationer för att minska fördomar, mot till exempel homosexuella. Visas positiva dokumentärer eller att grupper framställs positivt i medier, minskar fördomar mot den gruppen. Ett exempel är två-veckors kampanjen som Gapinski, Schwartz and Brownell (2007) tar upp i sin artikel. Den gjordes för att ta bort stigmat mot aboriginer i Australien. Man visade upp aboriginer som hårt arbetande människor. De visade annat än att de skulle vara lata och opålitliga, vilket var normen. Efter dessa två veckor kunde

man se en förändring i hur människor såg på anställda aboriginer och deras chanser att behålla sina jobb. Det har visat sig att empati troligtvis reducerar fördomar gentemot stigmatiserade grupper. Detta talar Gapinski, Schwartz och Brownell (2007) om när de går in och tittat på olika studier som gjorts i försök att se om empati kan påverka hur människor bemöter överviktiga eller har fördomar eller attityder mot dem. I en studie av Wiese, Wilson, Jones and Nieses (1992) visades en film för läkarstudenter om en fet kvinna och all det psykiska lidande hon blivit utsatt för i sitt liv. Dessutom fick de testa på rollspel för att förstå vad kvinnan gått igenom. Detta gjorde att läkarstudenterna, som sedan skulle undersöka henne var mindre fördomsfulla. Empati kan alltså spela stor roll i hur människor dömer och ser andra människor. Det finns även studier som visar på att empati inte hjälper. Ett exempel är när deltagare i en undersökning av Techman, Gapinski, Brownell, Rawlins och Jeyaram (2003) fick läsa en text om hur en fet flicka blivit behandlad. Eller i en annan undersökning där deltagarna fick läsa om en person som var väldigt lika dem själva fast feta (Harris and Walters, 1991). Dessa undersökningar gjorde inte att deltagarna på det hela ändrade sina attityder gentemot feta, men Techman et al (2003) såg att deltagarna inte längre var lika fördomsfulla (Gapinski, Schwartz and Brownell, 2007).

### **4.3. Unga kvinnor och fördomar**

Det finns eventuella kopplingar mellan att unga kvinnor får ätstörningar och att de mår psykiskt dåligt. Samtidigt säger hon att den fatshaming som finns inom media kan leda till kritiskt tänkande av människor med övervikt som då vill förändra sitt tillstånd. Fatshamingen kan leda till att överviktiga vill kämpa för att gå ner i vikt. När det kommer till övervikt och media läggs övervikt fram som ett skönhetsproblem mer än ett hälsoproblem och fokus ligger på hur det är fult att vara överviktig (Sandberg, 2004). Gard och Wright (2005) skriver som sammanfattning till kapitlet "Fat or fiction" att de tror att det är en synd att vara överviktig i dagens samhälle. Att skuldbelägga unga kvinnor för deras övervikt kan leda till ätstörningar enligt Sandberg (2004). På grund av kulturell betingningelse och förenklingen av fakta som görs idag är det inte acceptabelt att vara överviktig. Den västerländska kulturen och dess medier drar många gånger slutsatsen att överviktiga har det lättare för att bli sjuka. Det finns enligt Gard och Wright (2005) inte belägg för denna slutsats om man tittar närmare på statistik. När människor uttrycker oro för en överviktig persons vikt handlar det oftast egentligen om ett kosmetiskt dilemma än att verklig oro för människans hälsa (ibid).



#### 4.4. Överviktiga som diskriminerad grupp

I artikeln "If shaming reduced obesity, there would be no fat people" beskriver Tomiyama och Mann (2013) hur ett förslag har lagts fram, i en tidning, av Daniel Callahan. Förslaget handlar om att lägga press på överviktiga människor för att de ska gå ner i vikt. Denna press, som vid behov, skulle få gå över gränsen för ren diskriminering och påhopp. Denna press måste läggas på överviktiga för att de ska förstå att det inte längre är okej att i dagens samhälle vara överviktig, det är oacceptabelt enligt Callahan (2012). Förslaget har lagts fram av Callahan (2012), en filosof i biomedicinsk etik. Han baserar sitt förslag på en undersökning som överviktiga varit delaktiga i. Enligt Callahan (2012) ser inte överviktiga sitt tillstånd som ett tillräckligt stort problem. Tomiyama och Mann (2013) studerar denna undersökning och belyser de brister som finns i Callahans resonemang och hans resultat som studien, vid närmare undersökning, inte stödjer. Tomiyama och Mann (2013) kommer fram till att Callahans förslag inte har några egentliga grunder från undersökningen samtidigt som den är rent ut sagt elak. De säger att Callahans förslag redan finns i samhället och att lägga press på överviktiga samt att diskriminera dem är redan något som konstant pågår, hans plan är redan satt i verket. Tomiyama och Mann (2013) säger att diskriminering baserad på kroppsform är en av få diskrimineringsformer mot en grupp som fortfarande är laglig i USA. Överviktiga människor är även den mest öppet diskriminerade gruppen, det är okej att på TV förnedra en överviktig människa. Allt detta görs för att de ska förstå att de måste gå ner i vikt, att det inte är socialt accepterat att vara tjock enligt Callahan (2012). Tomiyama och Mann (2013) menar att om fatshaming och diskriminering hade fungerat hade vi idag inte haft några överviktiga människor. Callahans (2012) förslag är enbart ytterligare en typ av diskriminering av människor som väger mer. En tredjedel av hela USAs befolkning räknas som överviktiga idag (Tomiyama och Mann, 2013).

Gard och Wright (2005) tittar på uttalande av epidemisten och hälsoaktivisten Garry Egger (Safe, 2000) som påstår att det är bekvämt att sitta ner på sin röv och äta sig fet. Egger påstår samtidigt att det är digitaliseringen av världen som är ansvarig för spridning av fetma. Detta är en motsägelse som också är generaliserande uttalanden om hur människor är och lever samt varför de gör så. Egger påstår här att alla människor med övervikt sitter hemma framför diverse digitala verktyg som datorer och tv-apparater samtidigt som de äter hamburgare. Detta blir ytterligare ett exempel på hur överviktiga människor beläggs med skam och att moral kommer in i kontexten när det talas om överviktiga. Gard och Wright (2005) säger också att det människor tror om överviktiga människor, är att de är lata. Det är enligt dem vedertaget hos gemene man. Människor väljer att sitta framför TV:n och äta extrema mängder av fet och sockrig mat för att det kräver mindre av dem och att frossa tillhör den mänskliga naturen. Gard och Wright (2005) säger att Egger påstår sig ha lösningen till

övervikt och vad människor ska göra för att gå ner i vikt. Egger är inte ensam om att påstå detta. Många människor har genom många årtionden påstått detta, och ändå, ökar övervikten i dagens samhälle enligt dessa människor (ibid).

Gard och Wright (2005) avslutar sin bok *The Obesity Epidemic, science, morality and ideology*, med att ta upp om alla verkligen ser övervikten som ett “drop everything” problem eller om det faktiskt är så att en del kan se att den västerländska hälsan är bättre än någonsin förr. Att vi lever längre idag än förr och att mat ska vara något trevligt och njutbart istället för någonting att vara orolig eller kvalfylld över. De hävdar att det är fullt möjligt att vara hälsosam, lycklig och stor samtidigt. De tar även upp att detta “krig mot fetma” som det talas om i artiklar de har undersökt och har uttalat sig om, kommer mest av allt påverka på ett negativt sätt. Framförallt hur människor ser på varandra och sig själv. Detta kommer, enligt Gard och Wright (2005), påverka människor på ett ohälsosamt sätt och är oetiskt att sprida av experter på övervikt. Det finns ingenting som säger att även experter är opåverkbara och partiska i sitt tankesätt och i hur de uttrycker sig. De är lika färgade som andra av den kultur de lever i, därför ska man som gemene man ändå vara kritisk mot deras uttalanden om övervikt enligt Gard och Wright (2005).

#### 4.5. Övervikt i medier

*Nobody says you have to like fat people or marry one; weight-based prejudice isn't illegal, and it's certainly commonplace. But if we were really worried about people's health, we wouldn't be OK with the nasty tweets and e-mails and public comments. We wouldn't be OK with the fat-shaming and the death threats and the anonymous letters. We'd be talking about how best to support people to be as healthy as they possibly can be—and not just fat people, or white people, or affluent people, but everyone” (Brown, 2015).*

Enligt Brown (2015) är det helt okej att i medier gå ut hårt mot överviktiga och kritisera dem öppet. Även Tomiyama och Mann (2013) samt Sandberg (2004) visar på exempel där överviktiga är en grupp som kritiseras och många gånger diskrimineras samt görs narr av i medier. Överviktiga är en grupp som i TV många gånger förlöjligas och visar upp dåliga karaktäristiska drag. Överviktiga visas sällan vara romantiskt involverad med en partner eller vara på något sätt attraktiva, de visas mest i situationer där de äter (Greenberg et al., 2003). I Greenberg, Eastin, Hofschire, Lachan och Brownells (2003) studie gjord på 1018 tv-avsnitt på diverse TV-kanaler från USA anses 49 procent av de större kvinnliga karaktärerna vara

attraktiva medan 92 procent av de smala kvinnliga karaktärerna anses vara attraktiva. Större kvinnor blev även oftare förlöjligade i grupp än smala kvinnor blev, de framställs även som mindre hjälpsamma och inte lika glada som smala kvinnor. Överviktiga, kvinnliga karaktärer visade inte heller lika mycket fysisk ömhet som smala karaktärer. I alla de 1018 avsnitten som analyserades var bara 14 procent av de kvinnliga karaktärerna överviktiga. Representationen av överviktiga människor i TV, enligt Greenberg et al. (2003), stämmer inte bra med hur verkligheten ser ut. Först och främst är det mycket färre människor som är överviktiga på TV än som är överviktiga i samhället. De framställs sedan som att de har andra eller mindre mänskliga behov, kärleksrelationer eller sexualitet än smala människor. De siffror som visas i denna studie kan visa på att överviktiga människor inte har värdiga liv och att detta beror just på deras övervikt. Kvinnorna som var överviktiga i programmen var oftast karaktärer i situationskomedier och blev sällan bedömda som attraktiva. Sammanfattningsvis påstår Greenberg et al. (2003) att de överviktiga karaktärerna kopplas ihop med negativa karaktärs- och personlighetsdrag. I studien beskrivs det hur stigma och diskriminering påverkar människors liv och att det ger lägre livskvalitet hos människor som blir stigmatiserade och diskriminerade. Diskriminering sker oftast på grund av ras, kön eller ålder men överviktiga riskerar att bli stigmatiserade på liknande sätt som dessa grupper. Därför anser Greenberg et al. (2003) att det är viktigt hur överviktiga människor som grupp framställs i TV och även andra medier. Idag blir överviktiga diskriminerade i medier och detta kan ge dem psykisk ohälsa. Enligt Gard och Wright (2005) framställs människor med fetma som sjuka och de som har övervikt har större potential att bli sjuka än normalviktiga. Detta framställs tillsammans med fakta att det 2005 var 20 procent av västvärldens befolkning som räknades till de som har fetma och 30 till 50 procent som räknas som överviktiga. Det ger föreställningen att det går omkring enorma mängder av sjuka och stora människor på planeten (ibid).

#### **4.6. Vårt bidrag**

Den forskning som vi har bekantat oss med och som berör medier och övervikt eller fetma tar upp hur mediernas bild av en hälsosam kropp påverkar människor, hur överviktiga personer i TV-serier och dylikt framställs, att det är mer okej att diskriminera en person som är överviktig än andra människor. Det var svårt att hitta forskning som berör programmet "Du är vad du äter". Det fanns viss forskning men ingen forskning som fokuserar på diskursen i program som "Du är vad du äter".

Den diskursiva delen av forskningsfältet finner vi relativt outforskad. Det talas mycket om mediers påverkan men då inte lika ofta om ordval och negativa värderingar om överviktiga. Det handlar oftare exempelvis om veckotidningars uppmaningar om att tappa kilon, gå på dieter och så vidare än vad det handlar om hur man pratar om och framställer överviktiga personer i veckopress, TV och liknande. Tidigare forskning har fokuserat mer på publiken och mediers effekt, men vi vill fokusera på vad som egentligen sägs och hur man faktiskt framställer övervikt i "Du är vad du äter".

## **5. Syfte**

Denna studies syfte är att undersöka hur överviktiga kvinnor framställs i TV-programmet "Du är vad du äter".

### **5.1. Frågeställning**

- Hur framställs överviktiga kvinnor i TV-programmet "Du är vad du äter"?
- Beror framställningen av överviktiga kvinnor i TV-programmet "Du är vad du äter" på sociala konstruktioner?
- Vilka stereotyper om överviktiga kvinnor framkommer i TV-programmet "Du är vad du äter"?

## **6. Metod**

### **6.1. Material**

Materialet är hämtat från TV4s systemkanal Sjuan, tidigare TV4+, och Viafree där TV3 har sin streamingplattform. "Du är vad du äter" sändes först på TV3, sedan TV4+ och nu sänds det återigen på TV3. Nu sänds programmet klockan 20:00 på torsdagar. Ett av avsnitten har vi streamat på viafree och det andra avsnittet har vi fått skickat till oss, från produktionsbolaget Titan, på en DVD.

Vi har valt ut två avsnitt av programmet "Du är vad du äter". Det ena är hämtat från säsong 3, vi har tyvärr inget datum på när det sändes men det sändes under 2007. Det andra avsnittet är hämtat från den senaste säsongen, som nu sänds på TV3, och sändes den 10 november 2016. Programmen är ca 45 minuter långa och vi har valt att transkribera hela programmen för att få bästa möjliga utfall. Vi valde ett avsnitt från tidigare säsong och ett avsnitt från den senaste säsongen för att kunna påvisa att programmidén är densamma oavsett säsong. I avsnittet från säsong 3 är Anna Skipper programledare och i avsnittet från 2016 års säsong har de bytt programledare till Annika Sjöö.

### **6.2. Insamlingsmetod**

Den insamlingsmetod denna studie utgår från är slumpmässigt urval. För att kunna göra ett slumpmässigt urval måste man först definiera sin population och sen upprätta en urvalsram (Esaiasson, Gilljam, Oscarsson & Wängnerud, 2012). När det populationen var definierad, TV-programmet "Du är vad du äter" började sökandet efter program att analysera. Men det visade sig då att programmen från tidigare säsonger som vi ville analysera inte fanns kvar på kanalernas respektive streamingtjänster. Då tog vi kontakt med produktionsbolaget för att se om de kunde ge oss tillgång till programmen. Produktionsbolaget skickade då åtta avsnitt till oss på DVD. Av dessa valdes senare slumpmässigt ut ett avsnitt där det var en kvinna som var deltagare, där drogs en DVD ur högen med DVDer utan att veta vilket avsnitt det var. På samma sätt utfördes urvalet av de nya avsnitten, där skrev vi ner avsnittsnamnen på lappar och drog slumpmässigt ett avsnitt ur högen. Så ser urvalsramen ut för denna studie. Fördelen med att göra slumpmässiga urval är att det resulterar i bättre miniatyrkopior av populationen och slumpmässiga urval innehåller icke systematiska fel som kan beräknas (Esaiasson et al., 2012). Vi transkriberade hela avsnitten då allt material var relevant för vårt forskningssyfte (Jørgensen & Philips, 2000). När vi transkriberat avsnitten har talspråk fått skrivas ut som det uttalas, till exempel får "asså" skrivas istället för "alltså" om personen i fråga uttalar det som i det förstnämnda. I transkriberingen har inget tagits bort eller ändrats från hur det

faktiskt sägs och uttalas i programmet. Vi har använt oss av ett transkriptionsschema med transkriptionssymboler från Göteborgs Universitet (se bifogad fil).

### 6.3. Kritisk diskursanalys som metod

Den metod studien kommer bygga på är kritisk diskursanalys, CDA. Målet är att analysera hur det pratas om och hur överviktiga kvinnor framställs i "Du är vad du äter" och därför tycker vi att kritisk diskursanalys passar bra. Den kritiska diskursanalysen har en samhälls- och maktkritisk ingång. Den har utvecklats av språkvetare i Storbritannien, bland dem Norman Fairclough. Han utgår från tesen att hur vi talar och skriver om saker påverkar andra sociala praktiker i samhället. Fairclough formulerar vilka funktioner diskurser har. För det första påverkar diskurser hur vi uppfattar verkligheten, de bidrar till hur vi förstår samhället. För det andra påverkar de identiteter och för det tredje relationer mellan grupper av människor (Ahrne & Svensson, 2015). Det är huvudsakligen den första funktionen som gör att den här metoden passar vår studie. Vi vill se hur de talar om överviktiga och därefter analysera resultaten och diskutera hur språkval, betoningar och vissa uttryck kan påverka hur vi uppfattar verkligheten.

*How can it be that people are standardly unaware of how their ways of speaking are socially determined, and of what social effects they may cumulatively lead to?" (Fairclough, 2010, s. 39).*

Diskurs är en form av social praktik som både utgör den sociala världen och utgörs av andra sociala praktiker. Som social praktik är diskursen i ett dialektiskt förhållande med andra sociala dimensioner. Diskurser bidrar inte bara till skapandet och omskapandet av sociala konstruktioner, de speglar också de sociala konstruktionerna. Kritisk diskursanalys bedriver konkret, språklig textanalys av språkbruk i social interaktion (Jørgensen, 2002).

Diskurs är ett komplex av tre element: social praktik, diskursiv praktik (textproduktion, distribution och konsumtion) och text (Fairclough, 2010; Jørgensen & Philips, 2000). En analys av en specifik diskurs kräver en analys i var och en av dessa tre dimensionerna och deras inbördes förhållande. Hypotesen är att det finns ett signifikant samband mellan funktionerna i en text, sättet en text är sammansatt och tolkad, samt den sociala praktiken (Fairclough, 2010). I den kritiska diskursanalysen är språk som diskurs både en form av handling, genom vilket människor kan påverka världen, och en form av handling, som är

socialt och historiskt situerad och står i ett dialektiskt förhållande till andra aspekter av det sociala (Jørgensen & Philips, 2000).

Kritisk diskursanalys är kritisk i den meningen att den ser det som sin uppgift att klarlägga den diskursiva praktikens roll i upprätthållandet av den sociala värld, inklusive de sociala relationer, som innebär ojämlika maktförhållanden. Syftet är att bidra till sociala förändringar i riktning mot mer jämlika maktförhållanden i kommunikationsprocesserna och i samhället som helhet. (Jørgensen & Philips, 2000, s. 69)

CDA är en form av kritisk, social undersökning som syftar att bidra till att ta itu med sociala "fel" i dagens samhälle genom att analysera deras källor och orsaker, motstånden till dem och möjligheter att övervinna dessa sociala "fel" (Fairclough, 2010). Kritisk diskursanalys är en form av kritisk samhällsvetenskap som inriktar sig på att ge en bättre förståelse av naturen och källorna till de sociala "felen", de hinder som finns för att ta itu med dessa sociala "fel" och de möjliga sätt som finns för att övervinna dessa hinder. Sociala "fel" eller missförhållanden kan förstås i vida bemärkelser som aspekter av sociala system, former eller order som är skadliga för människors välbefinnande, och som i princip skulle kunna förbättras om inte elimineras, men kanske bara genom stora förändringar i dessa system, former och order. Exempel på sådana missförhållanden kan vara fattigdom, olika former av bristande social jämlikhet, avsaknad av frihet eller rasism. Vad som utgör ett socialt missförhållande eller "fel" är självklart en kontroversiell fråga och CDA som metod är oundvikligen involverad i debatter och argumentationer om detta. Debatter som pågår hela tiden (ibid). CDA ser inte sig själv som politiskt neutral utan som ett kritiskt angreppssätt som är politiskt engagerat i social förändring. Angreppssättet som CDA har ställer sig på de undertryckta samhällsgruppernas sida, kritiken syftar att avslöja den roll som en diskursiv praktik spelar för upprätthållandet av ojämlika maktförhållanden (Jørgensen & Philips, 2000). Avsikten är att resultaten av en CDA ska kunna användas i kampen för social förändring (Fairclough, 2010, Jørgensen & Philips, 2000).

#### **6.4. Analysschema**

Det verbala språket i programmet kommer att analyseras utifrån en lingvistisk synvinkel. Vi kommer göra en lingvistisk analys och undersöka vilka lexikala val och ordval som påverkar och stärker vissa budskap. Identifieringen av nyckelbegrepp (värdeord) och deras förhållande till bredare kulturell och ideologiska ramar är en viktig del av diskursanalys (Carvalho, 2008). Språkanvändningen och språkvalen kommer att studeras och analyseras utefter de



olika verktyg som Carvalho (2008) presenterar. Vi kommer att analysera hur det verbala språket används och även enskilda ordval som påverkar hur programmet och personerna i programmet uppfattas. Även de diskursiva strategierna kommer att ligga i fokus, där vi kollar på hur man genom diskursiva val av sociala aktörer påverkar och manipulerar verkligheten. De ordval man gör för att beskriva en viss verklighet har stor påverkan på hur denna verklighet uppfattas (Carvalho, 2008). Aktörer och deras framing power kommer också att analyseras. Det verbala språket kommer att analyseras med socialkonstruktivism som teoretisk utgångspunkt.

Vi kommer att göra en tematisk analys. I analysen kommer vi att utgå från olika teman som vi har hittat i avsnitten vi har kollat på och utifrån dem bygga analysen. Vi utgår också från ett analyschema (se bifogad fil).

## 6.5. Begreppsförklaring

*Lexikala val* innebär de ordval som görs i meningar och som påverkar hur meningen uppfattas. Beroende på det lexikala valet kan meningen uppfattas som t.ex. positiv eller negativ (Machin & Mayr, 2012).

*Värdeord* ingår i det lexikala valet där ord används som är laddade med positiva eller negativa konnotationer, det är kraftuttryck som används istället för andra ord som är mer neutrala för att tydligt få fram det man vill ha sagt (Machin & Mayr, 2012).

*Överlexikalisering* innebär en användning av ord som är överflödiga. De används för att vara övertygande eller övertydlig med vad aktören vill få fram. Exempel är den manliga sjuksköterskan, där den manliga är överlexikalisering om bara sjuksköterskan beskrivs utan någon koppling till genus på annat plan än att sjuksköterskan just är en man. I "Du är vad du äter" hittas exemplet bastanta 133 kilon. 133 kg är 133 kg, det är en konstant siffra men programmet gör en överlexikalisering med ordet bastanta för att verkligen demonstrera hur mycket de faktiskt tycker det är (Machin & Mayr, 2012).

*Indirekta meningar* när programmet uttrycker en åsikt som har en indirekt betydelse för vad som menas. Ett exempel är när programledaren Annika säger att hon förstår att Eva blir rädd av att visa sig offentligt, detta visar indirekt på att Annika tycker att Eva borde vara rädd och gömma sig för hennes kropp borde inte visas upp i offentligheten (Machin & Mayr, 2012).

*Aktörer* är de aktörer som antingen är aktiva i programmet eller de som det enbart talas om. Både deltagaren och programledaren i "Du är vad du äter" är aktörer. Aktörer kan vara både objekt och subjekt, i "Du är vad du äter" är både programledaren och deltagaren subjekt.

Genom aktörernas olika roller och diskurser kan man se vem som har framing power (Carvahlo, 2008).

*Framing power* är när en aktör har övertaget mot en annan aktör och genom vad som mediet ger ut. Den sociala makten ligger hos den som har framing power, vilket i "Du är vad du äter" är programledaren. Framing power syns genom hela texten eller i citat (Carvahlo, 2008).

*Det som utelämnas* är det som inte sägs eller kommenteras i programmet. Vad är det som inte nämns i programmet, och vad är det som får gå sagt förbi utan att det läggs en kommentar på det? Ett exempel är att i slutskedet av programmet utelämnas hälsoaspekten och kvar blir bara hur mycket vikt som deltagarna har gått ner. Ett annat exempel är att uttalandet om att Eva inte kan gå på stranden på grund av sin vikt inte följs av en kommentar om varför det ser ut så.

## **6.6. Kritik till metoden**

Metoden har brister och en av de brister den har anklagats för att ha är att man med CDA gör tolkningar och inte analys. Men på denna anklagelsen har Fairclough hävdar att den typ av tolkning som CDA bidrar med är närmare en förklaring än subjektiv förståelse. Dock är det få av kritikerna till metoden som underminerar det teoretiska och metodologiska värdet i CDA (Carvalho, 2008).

Kritik mot framförallt Faircloughs syn på den kritiska diskursanalysen är att han många gånger bortser från den sociala delen av analysen. Han bortser inte helt från de sociala relationer eller den sociala miljön som analysen görs på men det är den svagaste delen i metoden. Vad som skrivs och vad som sägs i det material som analyseras är inte helt utan en social kontext, som ständigt förändras, och vilka åsikter som analyseras beror också på hur författaren ställer sig i frågan. Vad som finns utanför det diskursiva går inte att analysera med en kritisk diskursanalys, vilket gör att den som analyserar till viss del måste bortse från kontexten. Hur samhället ser ut runt omkring, hur det har sett ut förr och vad för sociala regler som finns kring diskursen (Jørgensen, 2002).

### **6.6.1. Reflektion**

Kritik riktas till att en studie med CDA som metod utgår från tolkningar och inte objektiv analys (Carvalho, 2008). Detta påverkar denna studies objektivitet. Eftersom att det är tolkninlar som görs går inte studiens resultat att generaliseras och den blir bias. Vi som författare har en utgångspunkt som inte alla har, det bidrar till att studien inte är objektiv och

tolkningarna är gjorda utefter vår utgångspunkt. Därav vill vi genom hela studien vara transperanta med våra tillvägagångssätt, till exempel urvalsprocessen och genom att ge konkreta exempel i analysen. Det är viktigt att vara transperant eftersom att det visar på att författarna inte vill dölja något för läsaren och det gör studien mer tillförlitlig (Ahrne & Svensson, 2015). Som tidigare nämnt är vi partiska, men det vill vi vara transperanta med. Detta bidrar till att analysen är gjord ur vårt perspektiv och kan därför tolkas annorlunda av någon annan.

Vid val av annan teori hade resultatet av analysen blivit annorlunda. Användandet av social konstruktivism möjliggör, tillsammans med metoden CDA, att undersöka diskursen och ifrågasätta den. Social konstruktivismen fungerade bra i samspel med metoden då utgångspunkten av denna studie var kritisk. Som tidigare nämnt är både teorin och metoden något som förändras över tid, ingen av dem bidrar med en absolut sanning. Teorin ger även olika utfall beroende på vilken utgångspunkt författaren har. Detta har tagits i åtanke när studien utförts. Både metod och teori utgår ifrån tolkningar vilket bidrar med att författarna måste vara transperanta igenom hela studien, för att bidra till en högre trovärdighet.

## 7. Analys

Den här studiens analys kommer att utgå från fyra teman som har kunnat urskiljas ur avsnitten med hjälp av de metodologiska verktyg vi har använt oss av. De teman som har urskiljts är följande: överviktiga som lata, överviktiga som dumma, slankhetsidealet och legitimering av fatshaming. Analysen inleds med en analys av värdeord som används och vilken aktör i programmet som får framing power för att sedan gå in på den tematiska analysen. Två avsnitt kommer att analyseras och de kommer benämnas som "avsnitt A" och "avsnitt B". I avsnitt A är Eva deltagare och Annika Sjöo programledare. I avsnitt B är Louise deltagare och Anna Skipper programledare.

### 7.1. Värdeord

*Värdeord* används i programmet, medvetet eller omedvetet, dessa värdeord visar på vad *aktören* som uttalar sig har för värderingar. I "Du är vad du äter" används *värdeord* för att förstora beetende eller mängder, det kan vara både positiva och negativa. I slutet av programmet, när deltagarna har tappat vikt, används mest positiva *värdeord* och i början negativa när deltagarna och deras nya kost presenteras. *Värdeorden* i sig, utan kontext, kan verka neutrala men satta i kontext och med tanke på vem som har *framing power* av deltagaren och programledaren finns det ändå värdering i dessa ord.

Deltagaren Louise säger i början av avsnitt B att "det vore ju underbart att komma i *smaljeansen* igen men just nu så kan jag inte ens komma i mina största jeans, så det känns lite jobbigt". *Värdeordet* här är *smaljeans* som används som ett vedertaget uttryck för ett par byxor som deltagaren hade på sig förr när hon ansåg sig vara smal, eller i alla fall smalare än när hon deltar i programmet. Dessa *smaljeans* är nu en del av Louise motivering för att vara med i "Du är vad du äter". Att dessa byxor benämns som *smaljeans* samtidigt som deltagaren talar om att hon inte längre kan använda jeans förmedlar åsikten att det bara är människor som anses vara smala som ska använda jeans. *Smaljeans* är till för smala människor och deltagaren Louise kan inte bara gå och köpa ett par nya större jeans utan hon ska gå ner i vikt så hon passar i *smaljeansen* igen för enbart då kan hon använda jeans igen. Den smalare versionen av henne förtjänar jeans, inte den större.

I introt av avsnitt B säger berättarrösten, efter en kort beskrivning av deltagaren Louises singelliv och dåliga matvanor, "Anna kommer till *undsättning*". Detta ger skenet av att Louise som deltagare av programmet och överviktiga måste räddas. Programledaren Anna som vet bättre, ska rädda Louise från sig själv för att det hon gör är farligt. Att vara överviktig är en fara och Louise skulle aldrig kunna rädda sig själv, det kommer Anna göra enligt

programmet. I programmet används även ordet *botemedel* när det talas om att Louise ibland går ut och dricker vin med sina vänner. Det är dock inte alkoholen i sig eller att Anna är orolig för att Louise ska bli alkoholist som påtalas, utan det är kalorierna i varje glas och att hon inte kan träna ordentligt efteråt som är centralt. Ordvalet av *botemedel* visar att Louise är stämplad som sjuk även om hon inte har några sjukdomar som framkommer i programmet. Den sociala konstruktionen att överviktiga är sjuka läggs på Louise oavsett om hon är sjuk eller inte. Samma sak händer när Anna använder ordet *healer-drink* eller ber Louise att *säga ja till livet*.

I avsnitt A där Eva är deltagare talas det mycket om hur Eva känner sig och ord som beskriver hur programledaren Annika känner inför Eva samt vad Eva gör. Annika ställer sig medlidande till Eva och det hon går igenom. Ord som både Eva och Annika använder för att beskriva Eva, hur hon känner och vad hon gör är *ohållbar, drömmer, hämmade, tvungen, deprimerad, upprörd, tvärvändning, befrielse, sjukt, absurda, äcklad, förstör* och *skäms*. Detta är hur Eva beskrivs tidigt i programmet och sedan när Eva gått igenom de åtta veckorna och tappat vikt beskrivs hon, av både sig själv och Annika med dessa ord *ge järnet, tog mig själv i kragen, snyggaste, som en helt ny människa, duktig, vågade, värd, bekväm, tryggare* och *jättelycklig*. Dessa ord har en mer positiv laddning och visar på hur bra det är av Eva att ha gått ner i vikt och hur mycket bättre hon är då i jämförelse med hur hon var innan.

## 7.2. Framing power

I programmet "Du är vad du äter" finns det två primära *aktörer*, programledaren och deltagaren. Programledaren framställs som en person med bra kunskap inom kost, hälsa och träning. Detta medan deltagaren framställs på motsatt sätt. Denne framställs som lat, okunnig och dennes främsta attribut är att hen är överviktig och behöver ändra sin livsstil. Den som i programmet har *framing power* är programledaren. Programledarens perspektiv av verkligheten och vad som är rätt får vara dominant. Genom att ha *framing power* har man ett större socialt inflytande, vilket programledaren här får genom att i avsnitten få ge uttryck för dennes bild av vilken kropp och kost som är önskvärd. Programledaren anses vara kostrådgivare och denne anses också veta vad som är hälsosamt och bra för kroppen. Annika Sjöo presenterar till exempel med titeln "Hälsocoach". Därmed är det stor chans att tittarna tar henne på orden och litar blint på vad hon säger. Programledaren får framföra sina åsikter utan att bli ifrågasatt, *indirekt* blir programledarens åsikter sanning.

Programledaren är den som ger deltagaren kost- och träningsråd. I programmet finns det inte något tillfälle då programledarens metoder blir ifrågasatta av deltagaren, vilket *indirekt*

ger programledaren rätt. Genom båda avsnitten får programledaren framföra sin åsikt och sina föreställningar som sanning. I det sista segmentet av avsnitten där deltagaren vägs in en sista gång, ger programledaren uttryck för glädje och lycka när deltagaren har gått ner i vikt. Eftersom programledaren har *framing power* ger detta uttryck en bild av att viktnedgången är positiv och ska uppmuntras. Här uppmuntras slankhetsidealet. Eftersom programmet i inledningen påtalar att de ska lära deltagare att leva ett hälsosammare liv, blir de positiva uttrycken vid viktnedgången kopplat till ett hälsosamt liv. Då förstärks bilden av att en hälsosam kropp måste vara en smal kropp. Eftersom programledaren har *framing power* förstärks dennes budskap och påverkar publiken både *indirekt* och direkt.

## 7.3. Teman

I det analyserade materialet urskiljs fyra återkommande teman. Till en början är slankhetsidealet ett överordnat tema, då fokus ligger på viktning och att målet är att bli smal. Det andra temat är att den överviktiga framställs som dumma, som inte förstår vad de gör mot sina kroppar är det andra temat. De framställs också som lata och ovilliga att träna vilket är det tredje temat. Det fjärde temat är legitimering av fatshaming. Här nedan visas ett semantiskt nätverk som visar temanans relation till varandra och våra tankegångar i hur vi har tagit fram dessa teman. Efter det följer en tematisk analys.



### 7.3.1. Överviktiga som lata

På flera ställen i båda avsnitten framställs de överviktiga deltagarna som lata. Det handlar om att de är oförmögna att göra någonting, att de inte vill eller orkar. De väljer den, för dem själva, enklaste utvägen. Det visar sig i olika kontexter men oftast i samband med handling, tillagning eller förtäring av mat samt träning.

L: Mina frukostar är ju helt beroende på vad som finns i kylen. Är det så att jag har en carbonara som ligger kvar sen dan innan så är det självklart att den slinker ner.

I avsnitt B berättar deltagaren Louise att hon ibland när det finns mat kvar sedan dagen innan äter denna mat till frukost. Detta beror på vad hon har i kylan, hon har alltså inte orkat se till att hon har frukost hemma, tar den enkla vägen ut och äter vad som helst som finns i kylskåpet. Det påtalas också i programmet att deltagaren Louise helst vill slippa att laga mat. Detta är ingenting som bekräftas av Louise i avsnittet eller som hon själv påstår, det får tittarna berättat för sig av berättarrösten. Louise bekräftar att hon tycker om att äta ute på restaurang men detta visar enbart *indirekt* på att Louise helst vill slippa laga sin egen mat.

L: Jag vet ju att jag äter fel o jag vet att jag har saker i kylan som inte ska va där. Så de kändes ganska skönt att nån annan kom och sa att de där o de där o de där ska bort.

Anna plockar ur Louises kylskåp i denna scen och Louise säger sedan att hon är medveten om vad hon äter och att det är skönt att någon annan går in och styr upp i hennes kylskåp. Louise framstår som oförmögen att ta egna beslut och bara väntat på att en annan person ska komma in och ta hand om hennes dåliga beslut, som hon vet att hon tar men inte vill ta ansvar för. Deltagaren Eva visar i avsnitt A även upp tendenser att vara lat. Hon nämner i avsnittet att hon ofta slänger in mat som Gorbys och pan pizzor i micron på arbetet för det går fort.

E: Onyttig mat är enklare, det behöver man oftast inte tillaga och i vissa fall är det billigare också.

Detta säger Eva när hon ska berätta om hur hon äter i veckorna. Eva säger att hon, precis som Louise också säger, är medveten om att det hon äter är onyttigt men att hon väljer det i alla fall för det är ett enklare alternativ till att laga mat själv. Annika Sjöo som är programledare för avsnittet där Eva är deltagare säger så här i avsnitt A när det talas om Evas träning:

A: med tanke på Evas lathet och ovilja till att träna så kommer det vara en **rejal** uppförsbacke

Annika säger här rätt ut att Eva är lat. Detta dras som en direkt koppling till att Eva inte vill träna. Om Eva är lat på andra områden i sitt liv tas inte upp. *Indirekt* säger Annika att om en person inte aktivt tränar är den personen lat oavsett hur aktivt dennes vardags-, arbets- eller sociala liv är utöver träning. Detta görs också gällande i avsnitt B. Där säger berättarrösten att Louise inte rör på sig mer än när hon ska till tunnelbanan och att det inte är tillräckligt.



Språket i både avsnitt A och B får båda deltagarna att framstå som lata och att det är därför de är överviktiga. Deltagaren Eva framställs som att hon inte kämpar tillräckligt för att få det resultat som krävs i programmet. Det finns en ovilja hos Eva att sköta sin kost och träningsvanor för att hon är just lat, ingen annan förklaring ges i programmet. Eva blir senare i programmet tillfrågad av Annika om Eva verkligen är beredd att göra de uppoffringar som krävs. Denna fråga ställs till Eva när hälften av de åtta veckorna som programmet pågår under har gått. Det *utelämnas* här om de uppoffringar som Eva redan gjort eller att hon redan tagit sig igenom halva perioden.

I avsnitt A visas också hur Eva gått från att avsky att gå på gymmet på grund av sin vikt, till att faktiskt vilja gå på gymmet.

E: De e bara å trycka i sig \*den här skiten å bara köra\*. Eh ja tog mig själv i kragen, tog mig till gymmet å jag gör allting där nu för liksom uppmana mig själv till att de inte e så farligt att gå till gymmet å det funkar bra hittills. Nu e de nya tag **nu jävlar**, nästa sommar ska jag åka utomlands å må jävligt bra på stranden istället för å känna mig som en klubbad säl på stranden ska jag va i vattnet istället, de e liksom mitt stora mål.

Eva säger här att det bara är att ta sig i kragen och gå till gymmet. Detta visar också på det som Annika säger, att Eva har varit lat och allt som egentligen krävdes var att hon tog sig i kragen. Eva framställs fram till cirka halva programmet, alltså fyra veckor in, som en lat och ovillig person som vill inte träna som hon blivit tillsagd. Efter dessa fyra veckor får hon dock ett uppsving eftersom hon har tagit sig i kragen och slutat vara lat. Att använda sig av meningar som "att ta sig i kragen" förstärker bilden av att Eva är lat, hon har innan haft en lat inställning men har nu tagit tag i detta och förbättrat sig. Det är ganska enkelt egentligen enligt avsnitt A. Även exemplet som Eva använder sig av; att hon just nu är som en klubbad säl på stranden förstärker bilden av att hon med sin övervikt är som ett slaget, rundlagt djur som inte kan ta sig någonstans på stranden. Förlorar hon däremot sin vikt kommer hon kunna lyckas ta sig ner till vattnet.

### 7.3.2. Överviktiga som dumma

På flera ställen i TV-programmet "Du är vad du äter" görs *lexikala val* som får deltagarna att framställas som dumma och oförmögna att förstå hur maten de stoppar i sig påverkar deras kroppar. Det är ett genomgående tema i avsnitten att dessa deltagare behöver lära sig vad som är bra för dem. De görs ett antagande om att deltagarna i avsnitten är ovetande om vilken påverkan viss mat har på deras kroppar.

A: Ibland är det ingen frukost ibland är de (.) eh pasta carbonara till frukost

L: Ah

A: Du skulle likaväl kunna äta en tårtbit, för de är liksom lika mycket socker i en tårtbit som de e i din pasta carbonara-tallrik.

L: Okej

A: Men de fattar inte du tror jag

L: Nej

A: För du skulle väl inte sätta dig och äta prinsesstårta till frukost?

I exemplet ovan från avsnitt B framgår det tydligt att programledaren, Anna Skipper, inte tror att Louise förstår vad det är hon äter. Anna säger med en nedlåtande ton att hon inte tror att Louise förstår hur dåligt det är att äta pasta carbonara till frukost. I och med den nedlåtande tonen och valet att anta att Louise inte förstår får det *indirekt* Louise att framstå som dum. Det ger en bild av att Louise som överviktig också skulle vara lite dummare än gemene man och därför vara oförmögen att välja näringsrik och nyttig mat framför onyttig mat. Att välja att framställa Louise på detta sätt är en form av diskursiv strategi där de i programmet väljer att framställa Louise som oförstående.

I inledningen av avsnitt A, när det ska gå igenom vad deltagarna äter tycker Eva att det känns jobbigt att behöva berätta hur hon äter, vilket tyder på att Eva är medveten om att hennes kost inte är så bra. Hon säger att hon inte riktigt själv vet vad det är hon äter. Senare när hon får se svart på vitt vad hon äter säger hon att hon skäms över vad hon äter och att hon inte riktigt var medveten om att det var så där illa. Det är också en diskursiv strategi som får Eva, som överviktig, att framstå som dum och omedveten om vad det är för mat hon äter. Eva säger också emot sig själv. Hon säger att hon inte vet vad det är hon äter men samtidigt skäms hon över de kostval hon gör. När Eva får se en veckas matintag liggandes på ett bord framför sig börjar hon gråta, vilket förstärker att hon skäms över det hon äter. Det stärker också bilden om att vara överviktig är något som man bör skämmas över. Om man blir överviktig är det för att man är för dum för att förstå vilken mat som är bra för sin egen kropp.

A: När jag träffade Eva halvvägs så visa de sig att hon inte följt mina träningsråd (2) och jag förstod faktiskt inte riktigt varför. (1) Plötsligt gick det upp för Eva att oj jag måste nog följa dom här råden (2) annars uteblir resultaten.

I avsnitt A berättar Annika här om hur det har gått för Eva med hennes träning. När Annika uttrycker att det plötsligt gick upp för Eva att resultaten uteblir om hon inte följer råden stärker det bilden av att överviktiga skulle vara dumma. Detta eftersom uttalandet kan tolkas som att Eva inte förstod från början att hon måste följa råden för att uppnå de resultat hon vill uppnå. Detta pekar *indirekt* på att Eva först efter halva tiden förstod att hon måste följa Annikas träningschema och kostråd för att nå resultat och att det inte var en självklarhet från början. Det går att anta att gemene man förstår att kostråden och träningsprogrammet finns där som hjälp för deltagaren att nå de resultat hen vill nå. Att då programledaren säger att det först efter halva tiden gick upp för deltagaren att hon måste följa råden för att få resultat tyder på att de vill få Eva att framstå som mindre smart.

BR: De blir en hel del pluggande för Louise på biblioteket. Men inte ens där går man säker för Anna Skipper.

L: Ursäkta, har ni boken Kaos av Kottler?

A: Ne de tror jag inte passar dig. (Sträcker fram handen) Hej, Anna Skipper, du ska få en kurs i näringslära av mig istället. Jag tror det är tillräckligt med kaos i ditt liv.

I denna scen i avsnitt B är det första gången Louise träffar Anna Skipper. Anna vill ge Louise en kurs i näringslära, vilket ger bilden av att Louise inte vet vilken mat som är bra för henne. Men senare i programmet berättar Louise att hon vet att det hon äter inte alltid är det bästa, men att hon tyckte att det var skönt att någon kom och berättade för henne vad som ska bort. Det visar på att hon vet vad som är bra och dåligt men kanske istället har svårt för att välja bort det. Det ger ett skevt intryck när Anna säger att Louise ska få en kurs i näringslära, vilket tyder på att Louise inte vet vad som är bra och näringsrik mat. Men hon är medveten om att viss mat är sämre än annan mat. Det faktum att Louise ska få en kurs i näringslära stärker tesen om att överviktiga skulle vara lite dummare.

När de går igenom Louises kyl läxar Anna upp Louise om att det hon stoppar i sig har konsekvenser för kroppen, välmåendet och vikten. Hon använder uttrycket "käre du" i slutet av sin uppläxning som underminerar Louise och får henne att framstå som en mindre förstående människa. Efter det klappar hon Louise på magen och säger frågande "pastamagen?". Detta är också en diskursiv strategi för att ställa programledaren över deltagaren och visa på att programledaren vet bättre och kan lösa deltagarens problem. Eftersom Louise äter mycket pasta och i programmet framställs som ovetande om vilken effekt pasta har på hennes kropp, får man en uppfattning av att Louise är ännu lite dummare när Anna påpekar att hon har en "pastamage".

### 7.3.3. Slankhetsidealet

I avsnitt A och B av "Du är vad du äter" är syftet att fokusera på att ändra kostvanor hos deltagarna så att de kan leva ett sundare liv och må bättre. Deltagarna vägs och deras midjor mäts i början av avsnitten. Deras kost läggs om och ett träningsschema struktureras för att deltagarna ska få ett hälsosammare liv. Ju längre in i programmet man kommer desto mer handlar det om viktnedgång än att leva ett hälsosamt liv. Målet är till synes från början att deltagaren ska börja leva ett mer hälsosamt liv, men målet förändras successivt framåt slutet då fokus ligger på hur mycket deltagaren har förlorat i vikt och hur många centimeter i midjan som har försvunnit. Avsnitten utger sig för att handla om något hälsofrämjande, men i slutändan är det viktnedgången som spelar roll och minskad vikt likställs med att vara mer hälsosam. I slutet av programmet, när de kollar på resultaten, nämns inget mer än att de har gått ner i vikt och att midjan har blivit smalare.

A: Jag tror ba att du själv måste ställa dig själv frågan hur mycket **vill** du det här Eva?

E: Jag vill ju det här mycket precis lika mycket som jag ville i början e:hm men ibland så blir jag deppig å inte orkar med nånting alls men de e väl de jag måste få bort ur tankarna liksom.

A: ((Oro i rösten)) Jag e faktiskt riktigt orolig för Eva nu för hon kommer inte å lyckas att nå sitt mål å våga å bada offentligt å gå ner i vikt om hon har den motivationen som hon har nu men jag har kommit på ett sätt för henne å komma en bit på vägen på de målet

A: De ja vill göra nu de e att jag faktiskt vill lägga till lite träningsformer till dig å de är **simning**.

E: Okej.

I det här inslaget berättar Eva att hon mår dåligt och blir deppig av dieten samt träningen. Hon har tidigare i programmet också berättat att hon känner sig deprimerad och blir trött av dieten och träningen samt att hon börjat tappa sitt hår. Det Annika uttrycker oro för är inte Evas hälsa utan att hon inte kommer nå sitt mål att våga bada offentligt och att gå ner i vikt. Här skiftar fokus från att leva ett hälsosamt liv till att gå ner i vikt. Det ger en bild av att vägen till ett mer hälsosamt liv går genom viktnedgång.

B: Evas ingångsvikt hamnar alltså på **bastanta** 133 kg och midjemåttet mäter **hela** 140 cm

I det här citatet från inledningen av avsnitt A med Eva har de gjort några tydliga *lexikala val* som påverkar hur man uppfattar vilket budskap TV-programmet vill förmedla. Genom att säga "bastanta 133 kilo" *överlexikaliserar* man hennes vikt, hon väger inte bara 133 kilo utan

hon väger bastanta, kraftiga, 133 kilo. För att beskriva hennes vikt hade det räckt med att säga att hon väger 133 kilo, ordet "bastanta" är inte nödvändigt för att tittaren ska förstå hur mycket det är hon väger. Det är en *diskursiv strategi* för att visa på att hon är en stor kvinna och att hon väger mycket, mer än vad som är "idealet". Likaså gäller när de säger att midjemåttet mäter "hela 140 centimeter". Valet av ordet "hela" bidrar till uppfattningen om att 140 centimeter runt midjan är mycket, kanske till och med för mycket. Här, precis som med ordet "bastanta", lägger man till ett extra ord för att förstärka budskapet om att hon är stor och man får en känsla av att programmet verkligen vill förmedla att hon är stor.

A: Men de är inte så trevligt för din mage och din vikt när du är ute och festar kära du.

L: \*Nej de stämmer, de stämmer absolut.\*

Här har Anna en nedvärderande ton och pratar till Louise som om hon vore oförstående och inte vet att alkohol är dåligt för kroppen. Men alkohol påverkar inte bara vikt och magens storlek, alkohol påverkar fler delar av kroppen såsom hjärnan, levern och dylikt (IQ, 2016). Dessa effekter *utelämnar* Anna helt. Här handlar det inte om att alkohol är dåligt för hjärnan, att du kan bli beroende eller någon annan sidoeffekt som alkohol har (IQ, 2016). Fokus ligger helt och hållet på att alkohol gör att du går upp i vikt och får större mage. Programledaren vill att Louise ska sluta dricka alkohol för att gå ner i vikt inte på grund av alla andra hälsoaspekter. Anna säger även här rätt ut att det inte kan vara roligt att vara ute på krogen och väga mycket, en överviktig kan inte ha kul när hon är på fest.

I avsnitt B med Louise går Louise, efter genomgången av hennes matvanor, för att prova ut ett par nya träningsskor. Enligt Anna är det viktigt med ett par bra skor eftersom att Louise, som väger 86 kilo, är "ganska tung nu och då kan man lätt få problem med höfter och knän". Louise har tidigare i programmet varit hos en läkare, men denne läkare har inte nämnt något om att Louises vikt skulle påverka hennes knän. Där diskuterar de mestadels hennes kolesterolvärde och dess påverkan på kroppen, inget om att hennes vikt skulle ge henne problem med höfter och knän. Anna har inget belegg för det hon säger här. Anna är ingen legitimerad läkare. Det kan uppfattas som att Anna påstår att vikten påverkar knän och höfter bara för att påpeka att det inte är önskvärt att väga så mycket som Louise gör och för att förstärka budskapet om att övervikt måste vara något dåligt.

I slutet av programmet träffar deltagarna programledaren en sista gång. Då väger de sig och mäter midjan en sista gång, efter de åtta veckor de har tränat och ätit annorlunda jämfört med tidigare. Vid denna programpunkt har fokus helt skiftat från att handla om en hälsosammare livsstil till att enbart handla om viktnedgång.

L: De e ju sjukt skönt å kunna ha tigha jeans igen. Framför allt för att de e så himla enkelt att bara se lite uppklädd ut. Tar man på sig jeans ser de plötsligt lite mer städat ut.

A: Ja måste bara säga att du har varit en av mina absolut flitigaste elever när de gäller träningen.

L: \*Ja, jag har kämpat\*.

A: Du ser helt fantastisk ut. Nu ska vi se vad som har hänt med vikten. Dags att kliva upp på vågen.

I avsnitt B när Louise kommer in i rummet och träffar Anna för den sista invägningen är stämningen en helt annan än i början. Det är skratt och glada toner rakt igenom. Anna tycker att Louise nu ser fantastisk ut och Louise själv berättar att hon mår bättre och känner sig gladare samt piggare. Allt det är positivt, men i programmet framställs det som om allt har hänt på grund av hennes viktninskning.

A: Ja säger grattis och ja säger 74 kilo.

L: Va, är de sant?! \*Härligt\*

A: De va duktigt.

L: De trodde ja inte

A: 12 kilo har du gått ner

L: Shit, va coolt.

A: Ah, verkligen

L: De e ju liksom 2 års viktuppgång på 8 veckor som ja bara kapat.

A: Ah

L: De va faktiskt \*riktigt bra\*, de trodde ja inte.

A: Du är så fantastiskt, fantastiskt duktig tycker ja. Då ska vi se vad som har hänt i midjan. Från 108 centimeter till, oj, 88 centimeter.

Anna gratulerar Louise till hennes viktninskning och båda skrattar och är glada. Det är en lättad stämning och man får uppfattningen av att det är dags att fira. En *diskursiv strategi* som går att urskilja är att viktninskning skulle vara likställt med att bli lyckligare och gladare. Samma tendenser går att se i avsnitt A. Där säger Annika, när de träffas för sista invägningen, att Eva "ser strålande ut" och att hon "är som en helt ny människa". När det visar sig att Eva har gått ner 13 kilo blir Eva glad, så glad att hon vill börja gråta. Det framställs i programmet som en vinst att deltagarna har gått ner i vikt och förlorat centimeter

runt midjan, det är något som påverkar positivt och något man gratulerar. Men det som saknas i slutet av programmet är hälsoaspekten, de nämner inget om hur deras dieter och träning har påverkat hälsan. Eva gör i början ett test som ska avgöra vilken fysisk ålderskategori hon tillhör, det får man inte veta något om i slutet. Louise gör också tester hos en läkare men det enda som nämns i slutet är att hennes kolesterolvärde har sänkts och det nämns i förbifarten. I detta segment av programmet används mest positiva ord och ord som uttrycker välmående och glädje. Louise beskriver att hon känner sig gladare och att hon “absolut känner sig snyggare nu”. Eva säger att hon känner sig mindre, piggare och smidigare. Eva tycker att viktnedgången och minskningen av midjemåttet känns bra. Dessa diskursiva val och strategier ger en bild av att viktnedgång är det primära för att må bra och känna sig snygg. Senare säger Eva att hon är på god väg att känna sig bekväm i sin kropp. Det går att tolka som att viktnedgången är anledning till att hon känner sig bekväm i sin kropp och att man inte kan känna sig bekväm i en överviktig kropp. Det ger uttryck för det rådande slankhetsidealet. Kontentan blir då att viktnedgång leder till ett bättre och lyckligare liv. Det primära för att kunna se sig som en hälsosam och välmående individ är att ha en slank kropp. I det sista segmentet av programmet *utelämnas* hälsoaspekten helt. I början påtalas att deltagarna lever ohälsosamma liv, men desto närmre slutet de kommer desto mer *utelämnas* hälsoaspekten. Fokus hamnar på viktnedgång och hur dieten samt träningen har påverkat deltagarna talas det inte om i slutet av programmet.

#### 7.3.4. Legitimering av fatsaming

I avsnitten av “Du är vad du äter” finns det tendenser till nedvärdering av människor med övervikt och även mönster som visar att det är okej att behandla överviktiga människor med mindre respekt än normalviktiga människor. Sekvenser i programmet visar även att programmet förstärker stereotyper om överviktiga. I avsnitten används *lexikala val* som framställer överviktiga personer som begränsade på grund av deras vikt.

BR: Hon kan inte längre göra det hon vill på grund av sin övervikt.

E: ja ja kan inte på gym på grund av hur jag ser ut.

I denna sekvens i avsnitt A berättar berättarrösten om varför Eva är med i programmet och den största anledningen till att Eva är med är för att hon inte kan göra det hon vill på grund av sin övervikt. Eva förklarar i programmet att det hon inte kan göra är att gå på gymmet eller bada offentligt. Att i dessa sammanhang nyttja ordvalet “kan” framställs det som att Eva

ej är fysiskt kapabel till att bada eller gå på gymmet. Hon uttrycker att hon tycker att andra människor tittar på henne och dömer henne som äcklig på grund av hennes övervikt. Det är inte en fysisk omöjlighet för Eva att gå på stranden men i avsnittet läggs ingen kommentar om att detta är ett problem som inte är kopplat till Evas egentliga fysik. Så länge Eva kan gå kan hon göra det på en strand likväl som någon annanstans, iklädd baddräkt likväl som hoodie och jeans. Att detta inte kommenteras i avsnittet legitimerar att andra människor tittar på Eva och dömer henne. Legitimering av fatshaming pågår genom båda programmen med kommentarer och ordval som *indirekt* säger att det som deltagarna säger, att andra människor tittar på dem och dömer dem.

B: Evas intressen blir hämmande på grund av hennes vikt och hon blir **tvungen** att avstå från det hon älskar. Det stora målet för Eva är att kunna **bada offentligt** igen. Något hon inte har gjort på 10 år.

Även detta är ett exempel på att programmet legitimerar fatshaming och att överviktiga människor anses vara olämpliga på en badstrand. När det *lexikala valet* av ordet "tvungen" görs sätter det ett stopp för människor med övervikt från att vistas på stranden. Eva blir tvungen att avstå och ingen kommentar läggs på varför, kontexten är bara Evas övervikt. Det är på grund av den hon blir tvungen att avstå från att vara på stranden. *Indirekt* säger man här att överviktiga människor inte ska vara på stranden och därför blir Eva tvungen att avstå från det.

A: Jag tror att om bara Eva ger järnet nu så kommer hennes dröm om att gå i bikini på Lanzarote definitivt bli sann.

Annika bekräftar med denna mening att Eva har rätt. Hon kan inte gå på stranden. Att gå på stranden som Eva ser ut i början av programmet är en avlägsen dröm och kan endast uppfyllas om Eva förändrar sin kropp för att slippa bli dömd på stranden. För en överviktig person som Eva kan faktiskt inte gå på stranden, det krävs en förändring i hennes fysik innan denna dröm kan bli sann enligt Annika.

A: Jag förstår Evas reaktion som hon blev rädd för att behöva visa sig offentligt men mitt mål är inte att behöva pressa henne på något sätt å inte att nå sitt mål direkt utan vi tar ett steg i taget.



Även här bekräftar Annika att Evas kropp är ett hinder för henne. Annika kan förstå att Eva är rädd för att visa sin kropp offentligt. I den här meningen framställs det tydligt vad Annika tycker om Evas kropp. Eva gör helt rätt i att vara rädd för att visa sig offentligt eftersom hennes kropp inte är något hon skulle kunna visa bland folk. Annika väljer att bekräfta Evas farhågor och säga att hon förstår Evas rädsla. Det bekräftar att Eva borde skämmas över sin kropp och att människor kommer att titta på henne dömande. Det Annika säger tillskriver andra människor åsikten att Evas kropp är otillåten på offentliga badplatser. Fatshaming händer och detta är inget konstigt och något som Eva, om hon inte tappar i vikt, bara får acceptera på grund av sina kilon.

A: Jag är så sjukt imponerad av det som Eva åstadkommit så nu hoppas jag verkligen också att hon blivit så pass trygg med sig själv och bekväm med sin kropp att hon vågar bada offentligt.

Den *indirekta meningen* här är att människor som ser ut som Eva måste vara modiga för att gå ut i baddräkt bland folk. Det är inget konstigt att detta kräver mod och precis som en krigare som går ut i krig kommer Evas kropp ha många emot sig när den visas upp offentligt. Att en kropp som Evas bara skulle accepteras som vilken annan kropp som helst finns inte i Annikas värld, därför blir hon imponerad av Eva som vågar. Detta legitimerar också fatshaming, det framställs som att överviktiga människor som visar sig i bikini är modiga för deras kroppar ska egentligen inte finnas på offentliga bad. Eva är modig som vågar utsätta sig för den kritik som borde komma mot henne när hon visar upp sin kropp för den hör egentligen inte hemma där.

I avsnitt B med Louise som deltagare visas även upp legitimering av fatshaming. Det handlar då framförallt om att Louise vill träffa någon och inte vara singel längre, men detta framställs som en omöjlighet då hon är överviktig. Det finns inga kommentarer till att Louise tror sig vara för tjock för att träffa någon.

L: För mig är det jobbigast att va överviktig när vi går ut o dansar till exempel. De handlar mycket om det här att jag är singel och skulle ju såklart gärna vilja träffa nån. Men för det första så tror ju inte jag att nån vill flörta med mig eftersom jag e lite större o ja själv vågar inte flörta med nån för att varför skulle den personen vilja va med mig som e lite ... (hackar)

Kommentaren går obemärkt förbi och bekräftar *indirekt* att det Louise säger är sant. Vem skulle vilja vara med någon som är överviktig? Överviktiga framställs här som någonting osexuellt, de har inte relationer eller är lika sexuella som normalviktiga personer. Detta visas

även upp i Greenberg et al. (2003) undersökning om överviktiga karaktärer och avsnitten av "Du är vad du äter" bekräftar detta. Även om Louise inte är en karaktär framställs hon på samma sätt som karaktärer i tv-serierna som Greenberg et al. (2003) talar om. Louise har, enligt "Du är vad du äter", helt rätt i det hon säger om att ingen vill ha henne som hon ser ut vid 86 kg. Senare i programmet, efter tolv kilos viktnegång, tror hon att hon då kan hitta någon som vill ha henne. Kvinnor som Louise som väger mer än de vill göra, de har ingen chans till kärlek eller någon sorts sexuell relation. Detta visar på både att "Du är vad du äter" *indirekt* legitimerar fatshaming samtidigt som de också fördömer de människor som föredrar människor som är överviktiga samt säger att överviktiga inte kan vara attraktiva på grund av sin vikt.

## 8. Slutdiskussion

Syftet med den här studien var att undersöka hur överviktiga kvinnor framställs i TV-programmet "Du är vad du äter". Studien visar att vår hypotes från början, att man har ett mer negativt språk kring överviktiga, stämde. Genomgående för programmet är en negativ diskurs kring övervikt och en positiv diskurs kring viktminskning. I detta kapitel kommer resultatet diskuteras utifrån västvärldens slankhetsideal, de negativa personlighetsdrag överviktiga tillskrivs och att överviktiga är en diskriminerad grupp och vilken påverkan detta kan ha på överviktiga som grupp.

### 8.1. Västvärldens slankhetsideal

Resultatet av den här studien är att slankhetsidealet får styra. I TV-programmet "Du är vad du äter" läggs fokus på att gå ner i vikt. Det är inte konstigt då vi i västvärlden ser en slank kropp som en idealkropp (Carlsson & Arvidsson, 1994). De tendenser vi kan se i programmet är att de utger sig för att vara hälsofrämjande men i slutändan är det i stort sett bara viktnedgången som spelar roll. Målet för deltagaren är att bli smalare och därav bli lyckligare. I de analyserade avsnitten framställer man viktnedgång som något positivt och något som bara har en positiv påverkan på kropp och sinne. Detta trots att den ena deltagaren, Eva, uttrycker på flera ställen i programmet att hon mår dåligt av dieten och att hon blir deppig. Det finns inga belägg för att en hälsosam kropp måste vara en smal kropp, eller att en överviktig kropp är en ohälsosam kropp. Trots detta är det många som har den uppfattningen (Sandberg, 2004) och det är den uppfattningen som får utrymme i de analyserade avsnitten av "Du är vad du äter". Avsnitten gör gällande att deltagaren måste gå ner i vikt för att leva ett hälsosammare och lyckligare liv. Detta kan bero på att den socialt accepterade och politiskt korrekta kroppen idag är en slank och stark kropp (Carlsson & Arvidsson, 1994). Slankhetsidealet är en social konstruktion och en produkt av den sociala och kulturella kontext vi lever i (Carlsson & Arvidsson, 1994; Sandberg, 2004; Swami 2015). Det skulle kunna bero på att det i andra delar av världen anses vara attraktivt att vara betydligt större än vad idealet är här i västvärlden (Swami, 2015).

Bilden av vad som är en hälsosam och attraktiv kropp legitimerar TV-programmet "Du är vad du äter"s existens. Eftersom analysen visar att avsnittens fokus ligger på viktminskning och en strävan efter idealkroppen bör programmet sluta utge sig för att vara hälsofrämjande. Larsson, Magnusson och Rothenberg (2006) skriver, för dietisternas riksförbund, artikeln "Lägg ner du är vad du äter" för Göteborgsposten 2006. De gör gällande att programledarna ger grundlösa kostråd och talar om deltagaren som om hen vore dum och karaktärs- och

ansvarslös inför sin hälsa (Larsson, Magnusson & Rothenberg, 2006). Även de har uppfattat att det primära i programmet är en viktnedgång, inte att förbättra hälsan hos någon. Det är där det brister, där går fokus från att bli hälsosam till att bli smal för att accepteras av samhället. Enligt studiens resultat är "Du är vad du äter" ett program där fokus ligger på att bli smal. Det sänder ut signaler om att en överviktig människa bör ta sig i kragen och gå ner i vikt. Det signalerar även att vara överviktig måste vara något negativt. I och med viktnedgång ska du, enligt "Du är vad du äter", bli bland annat lyckligare, gladare och attraktivare. Det stärker bilden av att en överviktig person inte kan vara nöjd med sig själv, att målet är att bli smal och att ohälsa hör ihop med övervikt.

Bilden av att målet är att gå ner i vikt och att överviktiga inte kan vara nöjda med sig själva uppfattar vi som ganska utbredd. "Du är vad du äter" späder på denna syn och skulle kunna påverka människors uppfattning om att man ska vara smal för att vara lycklig. Det är problematiskt då det naturligtvis finns personer som är överviktiga och nöjda, som inte strävar efter att gå ner i vikt och leva upp till slankhetsidealet. Genom program som "Du är vad du äter" ges en bild av att kvinnor inte kan vara nöjda med sig själva om de är överviktiga vilket leder till en skev bild av verkligheten. Det är inte per se ohälsosamt att vara överviktig. En överviktig person kan vara mer hälsosam än en slank person. Just för att en person är överviktig behöver denne inte vara missnöjd med sin kropp, men i de analyserade avsnitten av "Du är vad du äter" framställs överviktiga som missnöjda och strävande efter att bli smalare. I och med de tendenser som vi har tagit upp tidigare, till exempel kroppspositivism, har flera personer bevisat att man kan må bra i en överviktig kropp och att man inte behöver vara smal för att älska sig själv. Därför tycker vi att det är underligt att ett program som detta, där huvudbudskapet verkar vara att viktnedgång är primärt i ett hälsosamt och lyckligt liv, fortfarande produceras. En anledning kan vara att det kosmetiska dilemmat har ett högt underhållningsvärde (Sandberg, 2004) och lockar tittare. Det är så klart en vinst för producenterna, men deras påverkan får inte glömmas bort. Överviktiga kvinnor börjar få en mer accepterad roll i samhället men "Du är vad du äter" berättar *indirekt* att du inte kan vara nöjd med dig själv om du har övervikt.

Vi vill hävda att slankhetsidealet är en social konstruktion och något som förändras över tid. Just nu ägnas mycket tid åt kroppspositivism och framföra budskapet att man ska älska sig själv oavsett hur man ser ut. Det kan vara en tendens till förändring i hur den ideala kroppen ser ut. Därför tycker vi att programmet "Du är vad du äter" är ett stort steg tillbaka då de sänder ut motsatt budskap. Om ett sådant här program ska finnas med i TV-tablån kanske fokus bör skifta från viktnedgång till hälsofrämjandet.

## 8.2. Negativa personlighetsdrag

I båda avsnitten av "Du är vad du äter" framställs båda deltagarna som personer med negativa personlighetsdrag, de är dumma och lata. Överviktiga är inte lika ofta med i TV som normalviktiga. När de är med framställs de som mindre intelligenta, mindre hjälpsamma och även mindre motiverade (Greenberg et al, 2003). Detta stämmer överens med vad som kommit fram i "Du är vad du äter" och gäller både Eva och Louise som är deltagare. De har svårt att hitta en partner, de kan inte göra vissa saker, ha på sig vad de vill, de förstår inte vad de gör mot sina kroppar och de behöver räddas. Det är ingen av Eva eller Louise som är, enligt programmet, sjuka eller har några som helst fysiska förhinder men de framställs ändå på detta sätt. Det är en social konstruktion att de framställs som sjuka, de måste räddas och slutet är nära för dem. "Du är vad du äter" tar inte upp någonting som ger belägg för att Eva och Louise på riktigt behöver räddas men genom västvärldens slankhetsideal framställs de på detta sätt i alla fall. Konstruktionen om att du som överviktig är en latare och dummare människa som borde skämmas och känna obehag inför din egen kropp (Brown, 2015; Gard & Wright, 2005; Sandberg, 2004), stämmer helt med vad programmet tar upp. Det är en respektlös ton som används mot deltagarna i programmet av programledarna men också av berättarrösten när den berättar om deltagaren.

Deltagarna framställs många gånger i programmen som barn som inte kan ta ansvar för vad de gör, om de ens är medvetna om vad de gör. De vet inte vad de ska ta sig till när programledaren berättar för dem vilka sorters människor de är och hur oansvariga de, enligt programmet, är (Larsson, Magnusson och Rothenberg, 2006). Det finns inte några som helst bevis för att dessa kvinnor ska vara sämre människor än andra kvinnor, med mindre midjemått eller färre kilon på kroppen, det är en social konstruktion. Idéen om att deltagaren blir tvungen att avstå från att gå på stranden är helt och hållet en social konstruktion, hon känner att hon inte kan gå på stranden på grund av kulturen i det svenska samhället. Konstruktionen om att hennes kropp inte är välkommen på stranden och att andra människor skulle tycka att hon var äcklig har egentligen ingenting med Evas fysik att göra. Det handlar om att det inte är accepterat att se ut som Eva gör och att människor och medier tar sig friheten att kommentera eller göra ett avståndstagande från kroppar som Evas. Inte av oro för Eva utan för att kroppar som Evas inte är accepterade på stranden. Genom att vara med i "Du är vad du äter" kommer Eva inte göra det lättare för varken sig eller någon annan som ser ut som henne att gå stranden. Hon bekräftar, säkert inte medvetet, att det är okej att tycka att överviktiga inte ska finnas på en offentlig badplats genom att vara med i "Du är vad du äter". För det är hon som ska ändra sig, bli smal och på så sätt lycklig. Eva måste ändra sig för att bli accepterad, för Eva kan gå på stranden men enligt västvärldens sociala konstruktion bör hon inte göra det.

### 8.3. Diskriminerad grupp

“Du är vad du äter” sänds klockan 20.00, en dag i veckan på TV3. I programmet går en så kallad hälsocoach hem till en deltagare, kastar ut allt denna person har i kylan och demonstrerar sedan hur denna person är en sjuk, lat och dum individ. Hälsocoachen talar till deltagaren på respektlöst sätt och sedan ska deltagaren göra diverse övningar. Deltagarens mål är att ändra sitt utseende för att kunna göra saker som samhället säger att den inte kan på grund av sitt utseende. I mitten av programmet blir deltagaren anklagad för att inte anstränga sig tillräckligt och får vidare coaching om hur den kan förbättra sitt utseende ännu mer. Det är ingen uppföljning av de eventuella sjukdomar som i början av programmet tas upp som en risk och i slutet prisas deltagaren för att ha fått en mindre midja. Samtidigt bekräftar deltagaren den sociala konstruktionen att vara överviktig är skamfyllt, äckligt och riskfyllt genom att ta avstånd från sitt gamla jag och vara tacksam mot hälsocoachen som nu gett dem bekräftelse för att de tappat vikt. Detta visas upp på en av Sveriges största TV-kanaler. Det finns inte någon annan grupp som på detta sätt blir blottade och öppet hånande i TV som överviktiga blir (Brown, 2015). Det händer många gånger och mycket för att det har högt underhållningsvärde och inga lagar gentemot kroppsdiskriminering finns (Tomiyama & Mann, 2013). Program som “Tjockholmen”, “Älskling du har blivit en tjockis” och “Du är vad du äter” har högt underhållningsvärde eftersom det får tittarna att känna sig nöjda med sig själva.

Överviktiga människor, framförallt kvinnor, får helt enkelt skylla sig själva för att de blir diskriminerade och öppet hånade i tv och i samhället. Det är vad “Du är vad du äter” bidrar till. Att deltagarna frivilligt har sökt till programmet och vill gå ner i vikt samt tror att de kommer må bättre efter programmet visar på att den sociala konstruktionen, att vara smal gör dig till en hälsosammare människa, finns. Deltagarna har självmant ansökt till “Du är vad du äter” för att de anser att de har ett problematiskt förhållande till mat men ändå möts de av hånande och behandlas som att de inte förstår vad de gör. Detta visar att skönhetsdilemmat och underhållningen är viktigare än det fysiska men framförallt den psykiska hälsan. “Du är vad du äter” finns inte till för överviktigas hälsa eller välmående. Det finns till för tittarnas självuppfyllande (tillfredsställelse) och för att den sociala konstruktionens status quo ska upprätthållas. Vi ville göra denna studie för att faktiskt kunna visa på den diskrimineringen av överviktiga som finns när så mycket annat vänder vindarna i medier, modellvärlden och även att vardagskroppsaktivismen växer. TV3 har köpt in ett koncept som förhoppningsvis håller på att dö ut, alla människor ska få chansen att älska sina kroppar och vi vill sätta fingret på att programidéer som dessa inte borde få fortskrida.

## 8.4. Förslag till vidare forskning

Det vi har gjort är att ifrågasätta hur överviktiga framställs i TV-programmet "Du är vad du äter". Det visade sig att övervikt, i dessa avsnitt, ses som något negativt och något som bör förändras. På detta skulle man kunna bedriva hur mycket forskning som helst. Man skulle kunna göra en Multimodal Kritisk Diskursanalys, där man också studerar hur man genom bilder framställer de överviktiga i "Du är vad du äter". Man skulle kunna bredda undersökningen och även studera framställningen av överviktiga män, inte bara kvinnor. Det skulle kunna göras en jämförelse i hur man framställer överviktiga kontra hur idealviktiga framställs i diverse medier. Vi tycker oss uppfatta att diskursforskningen inom detta fält, medier och övervikt, är bristfällig.

Vi skulle kunna se vår studie som en förstudie till ett mycket större fält, en ingång till att börja studera diskursen kring övervikt i diverse medier, inte bara TV och inte bara i TV-program. En fråga som vi ställer oss, efter att ha gjort den här studien, är: Vad får den negativa diskursen om överviktiga i "Du är vad du äter" för effekt på de som tittar på programmet? Har tolvåriga flickor större risk att utveckla ätstörningar efter att ha sett detta program? Människor som tittar på "Du är vad du äter" är de mer fördomsfulla mot överviktiga människor? Det kunde tyvärr inte vara en del i vår studie, men det hade varit intressant att göra en avhandling kring effekten av den negativa diskursen om övervikt.

Precis som kritiker till CDA hävdar att CDA bidrar mer med en förklaring än subjektiv förståelse (Carvalho, 2008) så bidrar vår studie till en förklaring ur vårt perspektiv, inte en objektiv sanning. Den bidrar inte med en absolut sanning utan en bild av hur man kan tolka ett program som "Du är vad du äter". Därför behövs mer forskning på ämnet för att kunna bevisa något eller falsifiera det vi har kommit fram till. Det hade varit intressant att få veta vilken effekt och påverkan program som "Du är vad du äter" har på människor.

## 9. Referenslista

- Ahrne, G & Svensson, P (2015) *Handbok i kvalitativa metoder* (2:a upplagan), Stockholm: Liber AB
- Barlebo Wenneberg, S (2001) *Socialkonstruktivism - positioner, problem och perspektiv*. Stockholm: Liber AB
- Behdjou, B (2016-05-07) *Kroppssaktivismen växer i Sverige*. Stockholm: Dagens Nyheter. <http://www.dn.se/nyheter/kroppssaktivismen-vaxer-i-sverige/> (hämtad 11-11-2016)
- Bengs, C (2000) *Looking good: a study of genderd body ideals among young people*. Umeå Universitet: Umeå (<http://umu.diva-portal.org/smash/get/diva2:616541/FULLTEXT02.pdf>)
- Brown, H. (2015) *Body of Truth: How Science, History, and Culture Drive Our Obsession with Weight - and What We Can Do about It*. Massachusetts: Da Capo Press.
- Callahan, D. (2012). *Obesity: Chasing an Elusive Epidemic*. Hastings Center Report, 43(1), 34-40. <http://dx.doi.org/10.1002/hast.114>
- Carlsson, G & Arvidsson, O (1994) *Kampen för folkhälsan, prevention i historia och nutid*. Borås: Natur och kultur.
- Carlsson, M (2010) *Fettpaniken*. Stockholm: Ordfront
- Carvalho, A (2008) *MEDIA(TED) DISCOURSE AND SOCIETY*, *Journalism Studies*, 9:2, s. 161-177. Routledge. DOI: 10.1080/14616700701848162
- Cooper, C (2016) *Fat Activism: A Radical Social Movement*, Bristol: HammerOn Press
- Esaiason, P., Gilljam, M., Oscarsson, H. & Wängnerud, L. (2012) *Metodpraktikan: Konsten att studera samhälle, individ och marknad* (4:e upplagan) Stockholm: Norstedts Juridik AB
- Fairclough, N (2010) *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language* (2:a upplagan) Harlow: Longman Applied Linguistics
- Gapinski, K., Schwartz, M., & Brownell, K. (2006). *Can Television Change Anti-Fat Attitudes and Behavior?1*. *Journal Of Applied Biobehavioral Research*, 11(1), 1-28. Hämtad från <http://dx.doi.org/10.1111/j.1751-9861.2006.tb00017.x> den 1 nov 2016
- Gard, M. & Wright, J. (2005). *Science, morality and ideology* (1st ed.). Oxon: Routledge.
- Greenberg, B., Eastin, M., Hofschire, L., Lachlan, K., & Brownell, K. (2003). Portrayals of Overweight and Obese Individuals on Commercial Television. *American Journal Of Public Health*, 93(8), 1342-1348. <http://dx.doi.org/10.2105/ajph.93.8.1342>



- IQ, (2016) *Alkoholen i kroppen*, IQ-initiativet AB (hämtad 01-12-2016)  
<http://www.iq.se/sv/fakta-om-alkohol/alkohol-i-kroppen>
- Jarlbro, G. (1994). *Ungdomar tolkar reklam*. Vällingby: Konsumentverket.
- Johansson & Lindström, (2007) *Inspiration, underhållning eller skrämelse? Tittare resonerar kring TV-programmet "Du är vad du äter"* Göteborg: Göteborgs Universitet
- Jørgensen, M. (2002) *Discourse analysis as theory and method*. London: Sage Publications.
- Jørgensen, M & Philips, L (2008) *Diskursanalys som teori och metod*. Lund: Studentlitteratur AB
- Larsson, I., Magnusson, M. & Rothenberg, E. (2006) *Lägg ner Du är vad du äter*. Göteborg: Göteborgsposten <http://www.gp.se/nyheter/debatt/l%C3%A4gg-ner-i-du-%C3%A4r-vad-du-%C3%A4ter-i-1.1185692> (hämtad 14-11-2016)
- Machin, D. & Mayr, A. (2012). *How to do critical discourse analysis* (1st ed.). Los Angeles: SAGE.
- Ne.se. (2016). *BMI - Uppslagsverk - NE*. Hämtad från:  
<http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/bmi> (hämtad 02-11-2016)
- Ne.se. (2016). *fetma - Uppslagsverk - NE*. Hämtad från:  
<http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/fetma> (hämtad 02-11-2016)
- Nord, K (2015) *Kvinnor som bryter mot kulturens kroppsnormer*, Sydsvenskan  
<http://www.sydsvenskan.se/2015-03-07/kvinnorna-som-bryter-mot-kulturens-kroppsnormer> (hämtad 06-01-2017)
- Ploog, C (2012). *Zytemierskas vikhån mot Josephine*, 33. Stockholm: Aftonbladet.  
<http://www.aftonbladet.se/nojesbladet/article15734026.ab> (hämtad 08-12-2016).
- Psychology Today (2016) *What does body positivity actually mean? How (and why) the concept continues to be misunderstood*. New York: Sussex Publishers, LLC  
<https://www.psychologytoday.com/blog/the-truth-about-exercise-addiction/201608/what-does-body-positivity-actually-mean> (hämtad 11-11-2016)
- Rienecker, L & Stray Jørgensen, P (2008) *Att skriva en bra uppsats* (2:a upplagan) Malmö: Liber AB
- Safe, M. (2000). *Nation wide*, *The Australian*. The Australian Magazine section 30  
 September - 1 October: 14-21.
- Sandberg, H. (2004). *Medier & fetma*. Lund: Sociologiska institutionen, Lund Universitet
- Shanahan, A. (2002). *Why fat is a family issue*. Sunday Telegraph, 15 September: 97.

- Sjövall, B. (1953). *Magra. En bok om fetma*. Stockholm: Wahlström & Widstrand.
- Southard Ospina, M (2014) *Size Inclusivity, Body Positivity and Some Musings on What Those Words Mean To Me*. Bustle.com <https://www.bustle.com/articles/42891-size-inclusivity-body-positivity-and-some-musings-on-what-those-words-mean-to-me> (hämtad 11-11-2016)
- Swami, V (2015) *Cultural influences on body size ideas*. London: University of Westminster. <http://search.proquest.com/docview/1426746885/fulltextPDF/57DE01E05B374AB8PQ/1?accountid=11754> (hämtad 02-11-2016)
- Techman, B., Gapinski, K.D., Brownell, K.D., Rawlins, M., & Jeyaram, S. (2003). *Demonstrations of implicit anti-fat stigma: The impact of providing causal information and evoking empathy*. *Health psychology*, (22), s.68-78
- Wiese, H. J. C., Wilson, J. F., Jones, R. A., & Neises, M. (1992). *Obesity stigma reduction in medical students*. *International Journal of Obesity*, (16), s. 859-868.

## 10. Bifogade filer

Fil 1 - Analysschema

|                            |
|----------------------------|
| Vilka teman finns?         |
| Vilka lexikala val görs?   |
| Vilka värdeord framkommer? |
| Vem har framing power?     |
| Vilka aktörer finns?       |
| Vad överlexikaliseras?     |
| Vad utelämnas?             |

## Fil 2 – Transkriptionssymboler

### Transkriptionssymboler

Konventioner inom CA (Jefferson, Gail (2004): Glossary of transcript symbols with an introduction. I: Lerner, G. (ed.) Conversation analysis. Studies from the first generation.)

|            |   |
|------------|---|
| [ ord ]    | Markerar var överlappande tal börjar och slutar   |
| (0.2)      | Pauslängd i sekunder  |
| (.)        | En mikropaus, kortare än 0.2 sek  |
| <u>ord</u> | Understrykning markerar att stavelsen är betonad  |
| :          | Markerar en förlängning av det föregående ljudet  |
| ORD        | Versaler markerar högre volym än omgivande tal  |
| °ord°      | Markerar lägre volym än omgivande tal   |
| *ord*      | Yttras med skratt i rösten, alt. \$ord\$  |
| (ord)      | Markerar att tolkningen av vad som sagts är osäker  |
| ()         | Något sägs men det är omöjligt att uppfatta vad   |
| (du/nu)    | Markering av att det som sägs har flera tolkningar  |
| ((ord))    | Kommentar till något som sker eller en beskrivning av hur något utsägs  |
| -          | Markerar ett tvärt avbrott i talflödet  |
| hh         | Markerar hörbar utandning   |
| (h)        | Markerar skratt eller hörbar utandning i ett ord  |
| ·hh        | Markerar en hörbar inandning  |
| ·ord       | Punkt före ord markerar att ordet sägs på inandning   |
| .          | Markerar en tydligt fallande grundton i slutet av en intonationsenhet   |
| ?          | Markerar en tydligt stigande grundton i slutet av en intonationsenhet   |
| ,          | Markerar en jämn grundton i slutet av en intonationsenhet   |
| ˆ          | Markerar en svagt stigande grundton i slutet av en intonationsenhet   |
| >ord<      | Markerar snabbt tal   |
| <ord >     | Markerar långsamt tal   |
| <          | Markerar att talet har en hastig start  |
| o:rd       | Understrykning + kolon markerar en fallande grundton i ett förlängt ljud  |
| näː        | Understrykning av kolon markerar en stigande grundton i ett förlängt ljud   |
| ↑          | Markerar en kraftigt höjd grundton  |
| ↓          | Markerar en kraftigt sänkt grundton   |
| =          | (1) Visar att samma replik sträcker sig över flera transkriptionsrader<br>(2) Visar att två repliker följs utan paus mellan dem |