



GÖTEBORGS UNIVERSITET

Institutionen för mat, hälsa och miljö

Inspiration, underhållning eller skrämnel?

Tittare resonerar kring TV-programmet

Du är vad du äter

Emma Johansson och Åsa Lindström

Examensarbete 10p

Kost- och friskvårdsprogrammet

Handledare: Marianne Pipping Ekström

Examinator: Helena Åberg

Datum: Juni 2007



GÖTEBORGS UNIVERSITET

Institutionen för mat, hälsa och miljö MHM
Box 320, SE 405 30 Göteborg

Titel: Inspiration, underhållning eller skrämelse? Tittare resonerar kring TV-programmet *Du är vad du äter*
Författare: Emma Johansson och Åsa Lindström
Typ av arbete: Examensarbete 10p
Handledare: Marianne Pipping Ekström
Examinator: Helena Åberg
Program: Kost- och friskvårdsprogrammet, 120 p
Antal sidor: 30 exklusive bilagor
Datum: Juni 2007

Sammanfattning

Media har idag ett brett utbud av olika livsstilsprogram där hjälpmedel av olika slag presenteras för att människor skall kunna förbättra sin livsstil. Ett program som uppmärksammats i detta sammanhang är *Du är vad du äter*. Programmet har kritiserats av yrkesverksamma inom överviktsbehandling för dess moraliserande och skuldbeläggande sätt att presentera mat och ätande.

Syftet med detta arbete var att undersöka hur tittare resonerar kring TV-programmet *Du är vad du äter*. Syftet innefattade även att ta reda på vilka motiv tittare hade för att se *Du är vad du äter* samt hur de reflekterade över personer och situationer i programmet. Programidén och programmets metoder för viktminskning var andra aspekter som belystes.

Tre fokusgruppintervjuer genomfördes där tittare fick se ett avsnitt av programmet. Resultatet visade att tittare såg *Du är vad du äter* för att inspireras och underhållas. De sympatiserade med och förfasades över programmets deltagare samtidigt som programledaren väckte starka känslor på grund av sin hårda framtoning. Metoderna för viktminskning sågs som mycket avancerade vilket både inspirerade och verkade avskräckande. Programmet ansågs kunna göras bättre genom att ta bort förnedrande inslag, anpassa den fysiska träningen efter varje deltagare, erbjuda realistiska dieter samt ha ett helhetsperspektiv på hälsa.

Nyckelord: TV, media, övervikt, diet, risk

Förord

Under den givande och roliga arbetsprocessen med detta examensarbete har vi haft ovärderlig hjälp av flera personer. Vi haft ett stort stöd av vår duktiga handledare Marianne Pipping Ekström som har ställt upp för oss med sina erfarenheter och kunskaper. Vi vill tacka Marianne för all hjälp och engagemang. Tack också till övrig personal på Pedagoggen som har hjälpt oss med lokalbokning och andra praktiska göromål samt Stiftelsen Praktiska Hushållsskolans donationsfond som bidragit med stipendiepengar.

Deltagare i våra fokusgruppintervjuer, ert deltagande har gjort det möjligt för oss att genomföra denna undersökning med ett resultat som vi är nöjda och stolta över. Ett stort tack till er!

Emma och Åsa

Innehållsförteckning

1. Inledning	1
2. Bakgrund	2
2.1 Tidigare forskning	2
2.1.1 Hur maten blev en risk	2
2.1.2 Medier och fetma	2
2.1.3 Makeovermani	3
2.1.4 Äckel, empati och efterrapning	3
2.2 Fetma som folkhälsoproblem	4
2.3 Åtgärder för att förebygga övervikt och fetma	4
2.4 Överkonsumtion och risksamhälle	4
2.5 Riskkommunikation i media	5
2.6 Det ekonomiska imperativet	5
2.7 Kommunikationsmodell	6
2.8 Experter kommunicerar risker	6
2.9 Människors TV-tittande	7
2.10 Public service och kommersiell TV	7
2.11 Programidén <i>Du är vad du äter</i>	8
3. Problemformulering	10
4. Syfte	10
4.1 Frågeställningar	10
5. Metod	11
5.1 Fokusgrupper som datainsamlingsmetod	11
5.1.1 Antal fokusgrupper	11
5.1.2 Rekrytering av deltagare	11
5.1.3 Antal deltagare	12
5.2 Genomförande	12
5.3 Bortfall	13
5.4 Metodanalys	13
5.5 Diskussionsmaterial	13
6. Resultat	16
6.1 Motiv hos tittare för att se <i>Du är vad du äter</i>	16
6.2 Tittare reflekterar över personer och situationer i <i>Du är vad du äter</i>	17
6.3 Tittares uppfattningar om mat och metoder för viktminskning	18
6.4 Tittares reflektioner över programidén <i>Du är vad du äter</i>	19
6.5 Sammanfattning av resultatanalys	21
6.5.1 Vilket/vilka motiv finns hos tittare för att se <i>Du är vad du äter</i> ?	21
6.5.2 Hur reflekterar tittare över personer och situationer i <i>Du är vad du äter</i> ?	21
6.5.3 Hur uppfattar tittare metoderna för viktminskning?	21
6.5.4 Hur reflekterar tittare över programidén <i>Du är vad du äter</i> ?	21
6.6 Slutsatser	22
7. Diskussion	23
7.1 Metoddiskussion	23
7.1.1 Undersökningens validitet	23
7.1.2 Deltagarnas förutsättningar	23
7.1.3 Deltagarinteraktion	24
7.1.4 Förförståelse för ämnet	24
7.1.5 Källkritik	24
7.2 Resultatdiskussion	25
7.2.1 Motiv för att se programmet	25
7.2.2 Reflektioner över personer och situationer i programmet	25
7.2.3 Metoder för viktminskning	26
7.2.4 Programidén	26
7.2.5 Riskperspektiv	27
7.2.6 Kostrelaterade frågor	27
7.2.7 Förslag till vidare forskning	27
8. Referenslista	29
Bilagor	

1. Inledning

Livsstilsprogram, som även kallas självhjälsprogram samt inre förändringsprogram, har som mål att förmedla olika hjälpmedel och lösningar för att höja människors livskvalitet (Johansson, 2006). Programmen som på senare tid fått ett allt större utrymme i media har olika fokus och på så sätt olika lösningar att presentera för sina tittare. Människor kan få hjälp med att förändra sina hem, gå ner i vikt eller att få en förbättrad självkänsla.

Du är vad du äter är ett livsstilsprogram som sänts på TV3 sedan starten 2005. Programmet vars mål är att "Få flås på landets soffpotatisar" sände under våren 2007 sin fjärde säsong (TV3, 2007). *Du är vad du äter* är ett uppmärksammat program som kritiserats av yrkesverksamma inom överviktsbehandling. Under hösten 2006 skrev dietister verksamma på Sahlgrenska Universitetssjukhuset samt på Angereds vårdcentral en debattartikel (Bilaga A) vilken publicerades i Göteborgsposten. "Programmet är ett av flera program med icke-professionella programledare som sprider osanningar om mat, ätande och viktnedgång, och som förstärker fördomar om den till antalet största och mest sårbara patientgruppen i Sverige i dag - de med övervikt och fetma" (Larsson, Magnusson & Rothenberg, 2006). Dietisterna kritiserade programmet för dess människosyn och hävdade att den var ytterst diskutabel och leder till att fördomar om överviktiga förstärks och sprids.

I vår framtida yrkesroll som kost- och friskvårdspedagoger tror vi att vi kommer att stöta på kostrelaterade frågor som härrör från olika typer av media. För att få en inblick i hur människor ställer sig till denna medieproducerade information och om programmet anses vara lärorikt, alternativt avskräckande, har vi undersökt hur tittare resonerar kring programmet *Du är vad du äter*.

2. Bakgrund

I bakgrunden kommer inledningsvis tidigare forskning att presenteras. I detta avsnitt behandlas riskproblematiken kring övervikt, medias representationer av detta samt forskning kring livsstilsprogram i TV. Vidare i bakgrunden kommer övervikt som folkhälsoproblem samt åtgärder för att förebygga övervikt och fetma att behandlas. Därefter tas hälsa och hälsobudskap upp i relation till media, vilka risker som finns kring medias rapportering om detta samt vad som påverkar programutbudet i olika kanaler. Avslutningsvis presenteras en ingående redogörelse för programmet *Du är vad du äter*.

2.1 Tidigare forskning

2.1.1 Hur maten blev en risk

Torbjörn Bildtgårds avhandling *Hur maten blev en risk* (2002) behandlar frågor kring svenska befolkningens matvanor och vad som påverkar valet av mat. Dessa frågor kan enligt Bildtgård till viss del besvaras genom att studera hur det medicinsk-politiska arbetet har fortgått och hur detta har påverkat svenska folkets ätande. Den empiriska studien, som syftar till att studera just dessa frågor, presenteras i avhandlingen som tre delstudier. Fokus ligger på ett historiskt perspektiv gällande den politiska regleringen från 1700-talets slut fram tills idag. Två av den moderna tidens största kostproblem, det mättade fettets roll som riskfaktor för hjärt- och kärlsjukdom, samt överätandets roll i fetman och dess följsjukdomar behandlas.

Bildtgård hävdar att det centrala för vår tids reglering av ätandet är risksamhället. För att förklara vad ett risksamhälle är beskriver Bildtgård en samhällsförändring under vilken olika strukturer utvecklats som en del av samhällets modernisering. Dessa strukturer har i sin tur gett upphov till nya risker. Ett exempel på dessa strukturer kan vara överflöd av lättillgängliga och energirika livsmedel. Olika välfärdssjukdomar är en slags risk som enligt Bildtgård uppkommit som ett resultat av denna typ av samhälle, där hjärt-kärlsjukdom är ett exempel. I avhandlingen förklaras de olika riskerna genom modeller och maxrekommendationer. Befolkningen uppmanas dessutom att äta mindre av fett- och sockerrika livsmedel. De auktoriteter som förmedlar dessa budskap är enligt Bildtgård experter av olika slag. Professorer, dietister, Statens livsmedelsverk och Socialstyrelsen utgör exempel på dessa experter.

2.1.2 Medier och fetma

Helena Sandbergs avhandling *Medier och fetma* (2004) är en femårig studie i medias representationer av övervikt, med fokus på tidningstexter från dagspressen. Hur mediernas representationer av övervikt ser ut, samt vilka konsekvenser denna representation kan få för allmänhetens uppfattningar om övervikt, utgör Sandbergs frågeställningar. Hon kopplar sina frågeställningar till teorier om konsumtions- och risksamhället, där övervikt definieras som en subjektiv hälsorisk. Denna subjektiva hälsorisk innebär att människors uppfattning kring övervikt inte baseras på vetenskapliga rön utan snarare på känslomässiga bedömningar utifrån egen situation och vardag. Eftersom undersökningen endast sträckte sig över fem år kunde inga slutsatser dras kring förändringar i rapporteringen om övervikt. Sandberg säger sig ändå ha kunnat skönja en ökning i antalet artiklar som behandlar ämnet. Flertalet av de artiklar som behandlar övervikt är skrivna av kvinnliga journalister och tillhör kategorin allmänt nyhetsmaterial. En betydande del av artiklarna handlar om övervikt som ett kosmetiskt problem. Övervikt i termer av hälsopolitik och hälsoekonomi upptog endast en liten del av materialet, vilket ledde fram till slutsatsen att övervikt inte var en prioriterad politisk fråga under den studerade perioden (1997-2001). De "alarmerande" artiklarna om övervikt hade dock ökat under perioden. Sandberg hävdar att de latent budskapen om övervikt gör gällande att övervikt till stor del är ett resultat av konsumtion, frosseri och njutning. De som blir överviktiga är alltså de som inte kan tygla sina lustar. Detta kan utläsas av hur

föreställningar kring övervikt kommer till uttryck genom ordval och bildspråk i tidningsartiklarna. Av de tidskrifter som analyserades så framkom det också att det skrivs mer om motionsvanor än om matvanor. Sandberg tolkar detta som att det är större värdeladdning i matvanor då de är mer klassrelaterade än valet av motionsform.

2.1.3 *Makeovermani*

Tomas Johansson, professor i socialpsykologi, är författaren bakom den populärvetenskapliga boken *Makeovermani* (2006). Han behandlar den så kallade självhjälpskulturen vilken på senare år blommat upp för att utgöra en stor del av medias utbud. Johansson har granskat denna kultur och för i boken en diskussion kring dess strategier och påverkan på människor.

Självhjälpskulturen innebär att människor i dag kan få en stor del av sin information kring nyheter, matlagning, inredning, vardagspsykologi och hälsa från medierna. Enligt Johansson använder sig många av dessa självhjälpsprogram, som även kallas livsstilsprogram, för att få ihop sitt liv och skaffa en bra livssituation. Han förklarar detta fenomen med att synen på professionell hjälp håller på att förändras och att människor till viss del håller på att förlora respekten för läkare och andra etablerade professioner. I dag är människor mer beredda att söka hjälp på egen hand, att skaffa sig information och själv formulera en plan om hur problemen skall lösas. Medierna kan på detta sätt bidra med att tillfredsställa de behov som finns för meningsskapande samt att hjälpa människor med deras sökande av källor till identifikation. Johansson drar inga slutsatser i *Makeovermani*, utan låter läsaren själv bilda sig en uppfattning om självhjälpskulturen.

2.1.4 *Äckel, empati och efterrapning*

Uppsatsen *Äckel, empati och efterrapning* (2006) bygger på Helen Lindströms kvalitativa undersökning om människors uppfattningar och meningsskapande kring inre förändringsprogram. Syftet med undersökningen var att öka förståelsen för hur människor skapar mening utifrån dessa. Ett antal människor intervjuades om sina uppfattningar kring några slumpvis utvalda förändringsprogram. Programmen som figurerade i undersökningen var följande: *Dr Phil*, *You are what you eat*, *Nannyjouren* samt *Lyxfällan*. Resultatet författaren kom fram till var att människor använder inre förändringsprogram som *Nannyjouren* och *Lyxfällan* i sitt identitetsskapande. De ser programmen för att höra vad experter säger samt för att ta del av de råd och vägledningar som programmen ger. Programmen ses också för att få en inblick i hur andra människor lever sina liv och för att se att de kan ha det sämre än den som tittar. De program personerna i undersökningsgruppen helst såg på var empatiutlösande program, där de kunde identifiera sig med de medverkande. Författaren kom fram till att TV-experters ofta tilldelas överordnad kunskap oavsett vilken kompetens de har, samt att förtroendet för dem baseras på den bild som ges i programmet. Programmet *You are what you eat* var inte populärt hos undersökningsgruppen eftersom det ansågs vara ett förnedringsprogram. Lindström beskriver detta med att människor som sätter sig i TV-soffan inte vill bli äcklade och se andra bli förnedrade i TV. Författaren hävdar att undersökningen ger stöd åt en teori som säger att den här sortens program är på väg ut och inre förändringsprogram istället kommer att handla om att människan skall må bra inuti.

2.2 Fetma som folkhälsoproblem

Fetma är ett tillstånd då onaturligt mycket fettvävnad har lagrats i kroppen (Andersson, Becker, Hagren & Håglin, 2006). Förekomsten av övervikt och fetma har ökat stadigt i västvärlden de senaste decennierna och uppgår enligt Statens folkhälsoinstitut (2007) till 10 procent av den vuxna befolkningen i Sverige. Övervikt följer ett tydligt socialt mönster där människor i socialt utsatta positioner drabbas hårdast. Överkonsumtion av energi i kombination med allt mindre fysisk aktivitet i vardagen anses vara den starkast bidragande faktorn till den ökade fetman (Andersson m.fl., 2006). Undersökningar visar att frekvent konsumtion av energitäta och söta produkter och drycker ökar risken för övervikt och att denna utveckling kräver både förebyggande och behandlande åtgärder. Dessvärre motverkas dessa åtgärder av intensiv marknadsföring av sockerhaltiga och feta födoämnen som istället bidrar till den ogynnsamma situationen (Statens folkhälsoinstitut, 2007). EU:s gemensamma jordbrukspolitik innebär i hög grad att ohälsosamma produkter subventioneras, exempelvis feta mjölkprodukter, medan frukt och grönsaker missgynnas. De så kallade välfärdssjukdomarna, bland annat diabetes typ 2 samt hjärt- och kärlsjukdomar, har en stark koppling till övervikt och fetma. Dessa sjukdomar är vanliga i I-länder och tillhör de ledande dödsorsakerna. På grund av den höga dödligheten är det därför viktigt att identifiera förekomsten av riskfaktorer hos yngre människor för att utvecklingen effektivt skall kunna bromsas. Fetma i unga år bidrar till risken att i vuxen ålder tidigare drabbas av hjärt- och kärlsjukdom.

2.3 Åtgärder för att förebygga övervikt och fetma

Att hindra viktökningstrenden är ett mål i sig som kräver flera insatser men som kan ge betydande vinster för både individ och samhälle (Andersson, Becker, Hagren & Håglin, 2006). Kunskaper om orsakerna till övervikt och fetma hos befolkningen ökar och denna kunskap kan bidra till att den så kallade fetmaepidemin med dess följsjukdomar kan begränsas. Statens folkhälsoinstitut (2007) har utarbetat verksamhetsmål för att skapa stödjande sociala och fysiska miljöer vilka skall göra det lättare att äta mer hälsosamt och att vara mer fysiskt aktiv i vardagen. Dessa yttrar sig till exempel i arbete för att utveckla när- och trafikmiljöer som främjar fysisk aktivitet, bättre tillgänglighet och bättre priser för hälsosam mat samt att utveckla FaR (Fysisk aktivitet på Recept) inom hälso- och sjukvården.

På individnivå har det visat sig att många av de svårigheter som finns för att gå ned i vikt har samband med hur väl en person lyckas genomföra varaktiga livsstilsförändringar (Andersson m.fl., 2006). Personligt stöd är en viktig förutsättning för att öka motivationen och skapa insikt om hur viktigt det är att välja en bra livsstil med stort inslag av fysisk aktivitet. Även om viktnedgång leder till minskad risk för komplikationer måste metoden som väljs vara väl beprövad och innebära minsta möjliga sidoeffekter för att den skall vara förenad med bestående viktnedgång. För att undvika fetma hos barn och ungdomar är det viktigt att barn redan i unga år lär sig vad som är en normalportion samt att fysisk aktivitet integreras i vardagen.

2.4 Överkonsumtion och risksamhälle

I Sandbergs avhandling *Medier och fetma* (2004) beskrivs hur ordet risk under historiens gång ändrat mening. Förr ansågs inte människan själv vara inblandad i de olika risker hon ställdes inför. Idag omfattar riskbegreppet individens eget ansvar för sitt liv och sin hälsa och att alla människor både kan och bör undvika risker. Vi använder idag ofta ordet risk för att beskriva avvikelser från det normala, som att till exempel vara överviktig eller att vara underviktig.

Enligt Sandberg har det moderna samhällets växande konsumtion gjort att det också kan kallas ett risksamhälle. Genom evolutionen har människan stått öga mot öga med många olika

typer av risker. Om det för tusentals år sedan fanns en risk att bli attackerad av vilda djur kan det idag exempelvis handla om att överkonsumera så mycket att det får ohälsosamma konsekvenser. Enligt Beck (1992) innebär den växande produktionen av välfärd en ökad produktion av risker. En av dessa risker är övervikt, och detta som ett resultat av förenklad tillgång och ökad produktion av livsmedel och därmed ökad konsumtion av livsmedel hos vissa individer (Sandberg, 2004).

2.5 Riskkommunikation i media

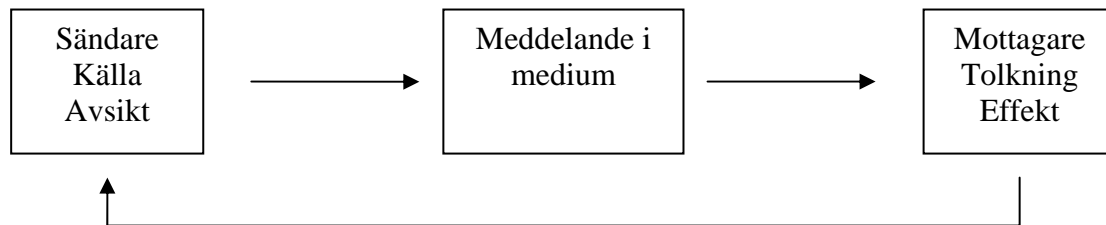
Medierna utgör i dag den viktigaste aktören för allmänheten när det gäller att identifiera, definiera, varna för och upplysa om risker (Sandberg, 2004). De utgör en bred plattform så att olika aktörer, både kommersiella och statliga, kan nå ut till befolkningen. Sandberg hävdar att om individen skall kunna använda informationen för sitt eget riskundvikande måste den innehålla en seriös och kanske även vetenskaplig kärna. Detta eftersom människor ofta utgår ifrån att om ett ämne hamnar i media så är det automatiskt viktigt och betydelsefullt. Ett dilemma som kan uppstå då vetenskapliga rön skall omsättas till journalistik är då journalisten betraktar dessa i termer av nyhetsvärde. Eftersom journalistens strävan är att beskriva och berätta om relevanta och intressanta händelser för en så stor publik som möjligt används ofta dramaturgi för att väcka intresse och ge tittaren en upplevelse. Dramaturgi i form av förenkling och tillspetsning kan tillsammans med en snabb nyhetsproduktion dock gå ut över tittarens förståelse för den information som förmedlas. Dramatiseringen har gynnats av dagens informationsöverflöd och kommersialisering eftersom de båda leder till ökad konkurrens och uppmärksamhet för budskap (Falkheimer, 2001). Sandberg (2004) hävdar detsamma men använder termen *hybridisering*, det vill säga att gränsen mellan nyheter och underhållning mer och mer suddas ut och att kommersialiseringen av medias utbud leder till att dramatisering och sensationalism mer och mer används. Eftersom risker i sig själva rymmer en dramaturgi och spänning blir mediernas rapportering av dessa ibland överdrivna i deras strävan efter att göra bra nyheter. Media kan på så sätt påverka våra uppfattningar i en fråga beroende på hur den framställs. På detta sätt kan fördomar och föreställningar om risker för vissa befolkningsgrupper, som till exempel överviktiga, cementeras.

2.6 Det ekonomiska imperativet

De kulturella värderingar som presenteras i media är ofta representativa för synen hos allmänheten som helhet eftersom medias största drivkraft är deras tittare, läsare eller användare (Boyne, 2003). Det så kallade ekonomiska imperativet innebär att media försöker maximera sin vinst genom att få en så stor publik som möjligt (Sandberg, 2004). Eftersom media inte vill stöta bort någon från sin viktiga användarkrets så styr de sitt innehåll mot det standardiserade och förenklade. Det ekonomiska imperativet kan således medföra negativa konsekvenser i form av ytlighet då det är den stora massan som prioriteras. Ett populariserat medieutbud kan dock innebära att budskapen, till exempel de om hälsa, får en större spridning.

2.7 Kommunikationsmodell

Kommunikation kan förklaras med hjälp av olika teorier och modeller (Falkheimer, 2001). Gemensamt för flera modeller är att de oftast omfattar ett antal delar som är nödvändiga för att kommunikation skall ske. I en enkel kommunikationsmodell finns tre delar med och dessa kallas: sändare, meddelande i medium, och mottagare.



Figur 1: En enkel kommunikationsmodell (Figuren återgiven efter Falkheimer, 2001, s.35).

Sändaren är den som sänder ett meddelande. En privatperson sänder ofta iväg meddelanden utan någon direkt källa. Bakom andra sändare kan det dock finnas en speciell källa som styr processen. Massmedier arbetar ofta på uppdrag av någon annan vilket innebär att informatörens uppdragsgivare styr hans eller hennes roll som sändare. För att kommunikation skall ske måste sändarens meddelande, ett innehåll eller ett budskap, nå fram till en mottagare. Mediet är den kanal eller den form som bär innehållet eller budskapet mellan sändaren och mottagaren. Mottagaren kan bestå av en enda person eller en publik, vilket innebär en större massa.

I masskommunikation formuleras budskap ofta av professionella kommunikatörer (Falkheimer, 2001). Budskapen riktar sig till och förmedlas till en heterogen och stor publik genom ett medium. Individerna i publiken konstruerar olika tolkningar av budskapen som på någon nivå hänger samman med sändarens intentioner. Som en effekt av processen blir mottagaren påverkad på olika sätt i relation till sina känslor, sitt förnuft eller sitt beteende.

Feedback utgörs av mottagarens reaktion på meddelandet och dennes överföring tillbaka till sändaren. I massmedier är dock denna funktion svåruppnådd, tittarsiffror kan fungera som återkoppling men är ingen egentlig feedback.

Enligt Dimbleby och Burton (1999) kan budskap kommuniceras på olika sätt och det finns olika så kallade budskapsfunktioner. Dessa funktioner kan vara att: varna, ge råd, upplysa, övertala, uttrycka åsikter och roa. När medierna kommunicerar dessa budskapsfunktioner låter de publiken dela tankar, känslor, åsikter, information och upplevelser med andra. Värt att tänka på är att kommunikation sällan är neutral, utan kan innehålla både öppna och förtäckta budskap. Detta betyder att kommunikation inte bara handlar om fakta. Det handlar också om känslor, attityder och övertygelser.

2.8 Experter kommunicerar risker

Enligt Jarlbro (2004) är det viktigt att medborgarna hyser förtroende för och känner att de kan lita på dem som kommunicerar om olika hälsorisker. Detta eftersom den som mottar ett budskap rörande en eller flera hälsorisker kommer att värdera trovärdigheten i relation till den attityd han eller hon har till sändaren (Sandberg, 2004). Media använder sig ofta av olika typer av experter och specialister för att kommunicera kring risker och hälsa eftersom de har en större chans att ses som trovärdiga (Boyne, 2003).

En viktig förutsättning för dessa experter och specialister är att, oavsett kommunikationens syfte, skaffa sig god kunskap om dem de avser att kommunicera med (Sandberg, 2004). Flera studier har dock visat att riskkommunikatörerna tyvärr ofta brister på denna punkt. Många gånger utgår sändaren från att allmänheten har kunskaper inom mycket varierande områden och en kompetens likvärdig den egna. Så är dessvärre sällan fallet och därför uppstår problem i riskkommunikationen. Det har exempelvis visat sig att experter och lekmän bedömer risker mycket olika och har olika referensramar. Detta på grund av att de "talar olika språk". Experten gör en riskbedömning baserad på sannolikhetsberäkningar och tillgänglig statistik, medan allmänheten gör en mer känslomässig bedömning utifrån egen situation och vardag. Det är därför viktigt att en risk alltid sätts in i ett för individen relevant och begripligt sammanhang. Om individen inte förstår expertisens riskbedömningar får det självklart negativa konsekvenser för dennes möjlighet att fatta beslut om riskreducerande åtgärder.

Människors riskbedömningar kan skilja sig åt beroende på såväl sociodemografiska faktorer som på olika kulturella föreställningar (Jarlbros, 2004). Erfarenheter har visat att hälsoinformation i första hand når de välutbildade, de som redan är välinformerade, kring hälsa och välmående (Svederberg & Svensson, 2001). På grund av detta behöver de som informerar kring hälsa vara lyhörda för kulturell variation, speciellt när målgruppen för hälsoarbete har sociokulturellt och/eller etnokulturellt grundade erfarenheter som skiljer sig från expertens. För att nå ut till dessa målgrupper krävs information som tar hänsyn till just deras kultur och värderingar så att de kan göra hälsosamma val grundade på sin egen förståelse och sina egna kunskaper.

2.9 Människors TV-tittande

Enligt Hadenius och Weibull (2004) visar tittarmätningar på att 85 procent av Sveriges befolkning åtminstone någon gång under dagen tittar på TV. TV är på så sätt det medium som ges längst uppmärksammas tid, då genomsnittstittaren ägnar drygt två timmar per dag åt TV. Exponeringen för TV varierar mellan olika befolkningsgrupper. Tittandet ökar med stigande ålder, de äldre tittar mer på TV än de yngre. Vidare så exponerar sig människor med lägre utbildningar mer för TV än de med högre utbildning.

De flesta tittare väljer program med hänsyn till både innehåll och tillgänglig tid och mindre efter i vilken kanal det sänds. Det fenomen som kallas "prime time", - på svenska "bästa sändningstid" beräknas ligga mellan kl 19:00 och 21:30.

2.10 Public service och kommersiell TV

Sett ur ett företagsekonomiskt perspektiv är marknaden för kulturupplevelser ganska osäker och det finns olika strategier för att hantera denna osäkerhet (Björkegren, 1996). TV-bolag tenderar att välja kommersiellt inriktade strategier på grund av de avsevärda investeringskostnader TV-produktion innebär. Icke-kommersiella, licensfinansierade så kallade public service TV-bolag som exempelvis Sveriges Television (SVT), förefaller att följa en annan inriktning. De har istället en kulturellt inriktad verksamhetsstrategi genom att producera och visa kulturellt och samhällspolitiskt värdefulla TV-program. Public service TV visar dock inte enbart folkbildande och samhällsgranskande faktaprogram. Även de behöver publik och måste vara en television angelägen för alla. Detta innebär att programutbudet är varierat och att var och en skall kunna hitta något att titta på. Public service styrs dessutom av hur statsmakterna fördelar finansieringsformerna och vilka kulturpolitiska mål som skall följas.

Kommersiella TV-bolag kan däremot, såvida de inte har någon form av koncessionsavtal¹ med statsmakterna som TV4, följa en tämligen renodlad kommersiell verksamhetsstrategi med siktet inställt på så stor publik som möjligt vid varje tidpunkt. De är med andra ord ekonomiskt beroende av höga tittarsiffror. Denna publikmaximeringsambition innebär att reklamfinansierad televisions programutbud tenderar att bli mer homogent än public service TVs utbud, med en tonvikt på publikdragande programkategorier som fiktion, sport och underhållning. Ett problem som kommersiell TV kan råka ut för är att de inte anses som kulturellt legitima. På grund av detta är det vanligt att större kommersiella TV-bolag även producerar och visar mindre publikdragande men kulturellt värdefulla program för att undvika alltför mycket kritik från omvärlden.

2.11 Programidén *Du är vad du äter*

Du är vad du äter är ett så kallat livsstilsprogram som har sänts på TV3 sedan starten 2005 (TV3, 2007). Programmet har en brittisk förlaga, *You are what you eat* som i dagsläget visas i 14 länder (McKeith, 2007). På programmets hemsida sägs programmets mål vara ”att få flås på landets soffpotatisar” (TV3, 2007). *Du är vad du äter* leds av Anna Skipper, som presenteras som kostexpert både i programmet och på dess hemsida. På hemsidan kan vidare läsas att programledaren använder sig av motivation, inspiration och skrämselfpropaganda för att nå målet att med att ”få flås på landets soffpotatisar”. Till sin hjälp har hon läkaren Anders Kjellberg. På programledarens hemsida kan tittaren läsa att Anna Skipper är, förutom kostexpert, både nyttokock och coach (Skipper, 2007).

Programidén bygger på att få överviktiga personer att göra en livsstilsförändring då de lägger om sina kost- och motionsvanor. Kända personer har figurerat i programserien, men vanligtvis är det privatpersoner som deltar. Med hjälp av programledaren Anna Skipper ska de överviktiga deltagarna vägledas till ett sundare liv under åtta veckor. Varje avsnitt inleds med att deltagarna presenteras med vikt, BMI² och nuvarande kostvanor samt vad de mäter kring midjan. Deltagarnas bristfälliga kostvanor är vanligtvis mycket energirika och näringsfattiga. Efter att tittaren har fått bekanta sig med deltagarna får dessa träffa programledaren. Anna Skipper går igenom deras kylskåp samt frys och slänger symboliskt de livsmedel som hon uppfattar som onyttiga i en soptunna. En berättarröst förtydligar och förklarar händelseförloppen, samt problemen och dess lösningar med grafiska inslag. Detta följs av att deltagarnas matintag under en vecka presenteras på ett bord där alla livsmedel, maträtter och drycker finns representerade. Vanligtvis framställs detta på ett negativt och skuldbeläggande sätt. Deltagarna invigs i sitt nya sunda leverne genom att de får komma till ett nytt bord dukat med programledarens val av livsmedel, samt att de får information om den nya dietens positiva inverkan på deras hälsa. Kosten varierar från avsnitt till avsnitt men är oftast vegetarisk. Tittaren får därefter följa deltagarnas obligatoriska besök hos en läkare som informerar dem om deras midjemått, kroppsfett samt vilka risker övervikt kan medföra i form av följsjukdomar.

Deltagarna får i varje avsnitt utöva olika former av fysisk aktivitet, varav dagliga promenader är ett obligatoriskt inslag. Den fysiska aktiviteten varierar och kan exempelvis vara brottnings

¹ TV 4 är delägare i ett antal lokala TV-bolag som sänder lokal-TV inom ramen för TV 4:s koncession. Genom sitt sändningstillstånd, som beviljats av staten, har TV 4 förbundit sig att sända dagliga nyheter och minst 15 timmar svensk produktion per vecka. Detta innebär att TV 4 i princip är en public service-verksamhet (Nationalencyklopedin, 2007).

² En metod för att med utgångspunkt i en persons vikt och längd beräkna om personen är över- eller underviktig. BMI beräknas genom att kroppsvikten i kg divideras med kvadraten på kroppslängden uttryckt i meter (kg/m²). Kvoten skall vid normal vikt ligga mellan 20 och 25 (Nationalencyklopedin, 2007).

eller cykling. Ett återkommande inslag är att deltagarna oftast misslyckas med dieten och/eller motionen under de fyra första veckorna. De får då en påhälsning av programledaren som kritiserar dem för detta och kräver skärpning de åtföljande fyra veckorna. I slutscenen då deltagarna presenteras har åtta veckor gått och de har oftast gått ned i vikt. Detta får de bevisat för sig i form av vägning och mätning. Som symbolhandling får deltagarna dessutom lyfta sin förlorade vikt i form av ett onyttigt livsmedel som exempelvis pizza. Tittaren får också se en före och efter-bild på deltagarna där det tydligt visas hur mycket personen har gått ned i vikt.

3. Problemformulering

Övervikt är i dag ett allt större folkhälsoproblem. Det är ett aktuellt ämne i medierna som utgör den viktigaste aktören för allmänheten när det gäller att identifiera, definiera, varna för och upplysa om risker (Sandberg, 2004).

Då TV som medium har en så stark genomslagskraft ser vi det som viktigt att hälsobudskap framförs på ett vetenskapligt grundat, motiverande och inspirerande sätt.

Programmet *Du är vad du äter* har fått kritik från yrkesverksamma inom överviktsbehandling för dess sätt att förmedla en moraliserande, skuldbeläggande och allt annat än hälso-befrämjande syn på mat och ätande.

För att få en inblick i hur tittare ställer sig till denna medieproducerade information och om programmet anses vara lärorikt alternativt avskräckande vill vi undersöka tittares inställning till programmet *Du är vad du äter*.

4. Syfte

Syftet med vårt arbete är att undersöka hur tittare resonerar kring TV- programmet *Du är vad du äter*.

4.1 Frågeställningar

Syftet mynnar ut i följande frågeställningar:

1. Vilket/vilka motiv finns hos tittare för att se programmet?
2. Hur reflekterar tittare över personer och situationer i programmet?
3. Hur uppfattar tittare metoderna för viktminskning?
4. Hur reflekterar tittare över programidén?

5. Metod

I metodavsnittet kommer den valda datainsamlingsmetoden att förklaras och motiveras. Vidare beskrivs undersökningens genomförande, analys samt bortfall och avslutningsvis presenteras en ingående beskrivning av det avsnitt vilket användes som diskussionsmaterial.

5.1 Fokusgrupper som datainsamlingsmetod

Valet av kvalitativ datainsamlingsmetod i form av fokusgrupper grundar sig på vårt antagande att programmet *Du är vad du äter* lämpar sig bäst för diskussion, då diskussioner ger utrymme för många olika tolkningar. Hylander (2001) beskriver fokusgrupper som ett mellanting mellan ostrukturerade intervjuer och deltagande observationer. Metoden används bland annat för att studera attityder, värderingar och komplexa fenomen som uppstår i social interaktion. Den fokuserade intervjun karakteriseras av att de personer som intervjuas har en gemensam upplevelse. De har till exempel lyssnat på ett gemensamt program, sett en film eller läst en broschyr. I våra fokusgrupper visades ett avsnitt av *Du är vad du äter* från vårsäsongen 2007 som diskussionsmaterial. Samma avsnitt visades vid samtliga tre intervju-tillfällen. Fokusgrupperna kan ses som ostrukturerade då vi inte använde oss av någon intervjuguide som utgångsläge för diskussionerna. Vi ville ha ett öppet klimat, utan att använda på förhand färdigställda frågor, för att möjliggöra diskussioner och vinklingar som vi inte själva kunnat förutse. Dock hade vi ett antal frågor (Bilaga B) som var tänkta att användas som backup om deltagarna själva inte diskuterade dessa områden, eller om irrelevanta samtal uppstod. Våra ”backupfrågor” behandlades dock av samtliga tre fokusgrupper även om fokus ibland låg på andra ämnen, varpå vi inte behövde gå in och styra samtalen.

De flesta forskare är överens om att fokusgrupper kan användas på alla stadier i en forskningsprocess, som enda insamlingsmetod eller som komplement till andra metoder. Då fokusgrupper används som enda metod kan det vara för att öka förståelsen eller förklara och generera teori, särskilt när det gäller komplexa beteenden, som attityder, värderingar och fenomen som uppstår i social interaktion. Våra fokusgrupper användes som enda datainsamlingsmetod i syftet att öka förståelsen för hur tittare resonerar kring *Du är vad du äter*.

5.1.1 Antal fokusgrupper

Varje inspelad fokusgruppdiskussion genererar många sidor transkription, vilket innebär att alltför många grupper medför ett närmast ohanterligt stort material (Wibeck, 2000). I för få grupper kan det däremot vara svårt att se mönster och tendenser. Wibeck rekommenderar att som minst genomföra tre fokusgrupper. Vi planerade och bokade upp lokaler för fem fokusgrupptillfällen men på grund av för få deltagare genomfördes enbart tre. Eftersom ämnet kändes mättat efter dessa tre fokusgrupper och genererade ett relativt stort material i form av transkription skedde ingen vidare annonsering.

5.1.2 Rekrytering av deltagare

Det finns olika sätt att rekrytera deltagare till fokusgrupper. Av de tillvägagångssätt Wibeck (2000) beskriver valde vi att använda annonsering (Bilaga C) och snöbollsurval. Snöbollsurval innebär att personer som tros vara intresserade av att delta i en fokusgrupp kontaktas, och att dessa i sin tur kontaktar andra intresserade. Personerna i vår studie valdes på så sätt inte ut slumpmässigt och inga generaliseringar kan därför göras till andra grupper. Wibeck (2000) rekommenderar homogena grupper med avseende på ålder och socioekonomisk bakgrund, detta för att uppnå intimitet och samförstånd. På grund av denna studies begränsade omfattning eftersträvade vi inte homogena grupper utan hade endast ett krav för att delta. Detta krav innebar att deltagarna skulle ha sett programmet *Du är vad du äter*

tidigare, då tanken var att gruppen skulle kunna diskutera kring hela programidén och inte enbart det avsnitt som visades som diskussionsmaterial. För att lättare rekrytera personer till intervjuerna angav vi i vår annonsering att deltagarna ersattes för kollektivtrafikresan till och från intervjuplatsen samt bjöds på fika.

5.1.3 Antal deltagare

Enligt Wibeck (2000) finns det många olika teorier kring antalet deltagare i en fokusgrupp. Mycket talar för att gruppen inte skall vara för stor då kommunikation underlättas vid färre deltagare. Större grupper leder ofta till en ojämn talarfördelning där vissa talar mycket och andra inte alls. Wibeck hävdar att ett lämpligt deltagarantal i en fokusgrupp inte bör vara färre än fyra och inte fler än sex. Är antalet fler än sex finns risken att det bildas subgrupper som bara talar med varandra eller att tillbakadragna personer inte kommer till tals alls. Vidare rekommenderar Wibeck att aldrig bjuda in enbart minimiantalet deltagare till gruppen, utan att i planeringen alltid lägga till minst en person utöver detta antal. För att få ett deltagarantal mellan fyra och sex personer tog vi emot upp till åtta anmälningar per grupp. Vi räknade med ett visst bortfall och för att garantera grupper med fullt deltagarantal rekryterades fler personer än vad som avsågs att ingå i gruppen. För att förebygga sena återbud informerade vi deltagarna om deras betydelse för studien genom att ringa upp dem dagen innan intervjun och bekräfta tid och plats.

5.2 Genomförande

Fem avsnitt av vårsåsongens *Du är vad du äter* (2007) spelades in varpå de granskades och rangordnades utifrån hur lämpliga de var att visa som diskussionsmaterial. Då flertalet av avsnitten hade kända personer som deltagare valdes de bort då vi tror att tittare kan ha en på förhand bestämd åsikt om offentliga personer. De inspelade avsnitten inkluderade utöver offentliga personer, deltagare som konsumerade stora mängder alkohol och finansierade sitt leverne med pokerspel. Eftersom deltagarna i avsnittet vi valde ut var de enda som levde ett liv vi tror att större delen av allmänheten kan identifiera sig med ansåg vi att detta avsnitt var det mest lämpliga att visa som diskussionsmaterial. Vårsåsongen präglades av många kända deltagare vilket inte tidigare säsonger gjort i samma utsträckning.

Lokaler bokades på Institutionen för pedagogik och didaktik (Pedagogen), Göteborgs Universitet samt på friskvårdsanläggningen Lundbybadet i Göteborg. Tre tillfällen bokades på Pedagogen och två tillfällen på Lundbybadet. Bokningen på Pedagogen skedde med hjälp av personal på Institutionen för mat, hälsa och miljö. Ett stipendium söktes genom samma institution hos Stiftelsen praktiska hushållsskolans donationsfond för att finansiera kostnader i samband med genomförandet av intervjuerna. Flygblad trycktes därefter upp där vi annonserade efter deltagare till fokusgrupperna. Vi sökte människor som sett programmet och var villiga att delta i en diskussion kring detta. Cirka 70 flygblad sattes upp i centrala Göteborg och anmälan till grupperna skedde via telefon eller mail. Viss rekrytering skedde också genom snöbollsurval. För att kunna dokumentera och analysera resultaten hyrdes en bandspelare och band. Skatteverket kontaktades för att kontrollera eventuella skatteregler gällande ersättningen för deltagarnas kollektivtrafikresa. Skatteverket svarade med att dessa pengar inte behövde beskattas.

Personer på serviceenheten på Pedagogen kontaktades inför de tre första intervjuerna för att bekräfta bokningarna och se till att TV och DVD fanns tillgängliga. Dessa personer låste också upp lokalerna och informerade oss om gällande säkerhetsföreskrifter. Inför intervjuerna förbereddes lokalernas möblemang utefter hur många deltagare som skulle komma vid varje tillfälle. Fika inhandlades och pengar växlades för att kunna ersätta deltagarna för deras eventuella kollektivtrafikresa.

Vi hade bestämt sedan tidigare vem av oss som skulle vara moderator respektive assistent. Moderatoren fungerade som en slags ordförande och var den som inledde fokusgruppintervjuerna samt avbröt diskussionerna om detta var nödvändigt. Assistenten fungerade som sekreterare och antecknade under diskussionens gång.

Assistenten mötte upp deltagarna på utsatt tid och visade vägen till lokalen. Deltagarna informerades därefter av moderatoren om varför fokusgruppen genomfördes, vikten av deras deltagande, samt diskussionens upplägg. Ett avsnitt av vårsåsongens *Du är vad du äter* visades under tiden deltagarna fikade. De bjöds på smörgåsar, kaffe och te. Samma avsnitt visades för samtliga fokusgrupper, detta för att alla deltagare skulle ha samma underlag för diskussion. Samtalen bandades för att underlätta senare analys, vilket deltagarna blev informerade om innan diskussionen påbörjades. Efter att avsnittet visats inledde moderatoren diskussionen för att sedan låta deltagarna själva samtala. Assistenten antecknade under tiden vilken person som inledde varje nytt samtalsämne. Detta för att lättare kunna urskilja vem som sa vad vid senare analys av materialet. Moderatoren och assistentens avsikt var att hålla en så låg profil som möjligt men eventuellt avbryta diskussionen eller ta upp särskilt intressanta ämnen. Diskussionerna pågick i cirka 45 minuter och avbröts av moderatoren. Deltagarna tackades och fick lämna uppgifter om namn, ålder och telefonnummer samt skriva under en intygan om utbetalning av pengar för kollektivtrafikresa.

5.3 Bortfall

Till den första intervjun var åtta personer anmälda men efter två avbokningar och en utebliven deltagare slutade deltagarantalet på fem personer. Till den andra intervjun var sex personer anmälda men efter en avbokning återstod det fem deltagare. Den tredje och sista intervjun på Pedagogen var full då alla åtta deltagare infann sig. Fokusgrupperna på Lundbybadet fick ställas in på grund av för lågt deltagarantal.

5.4 Metodanalys

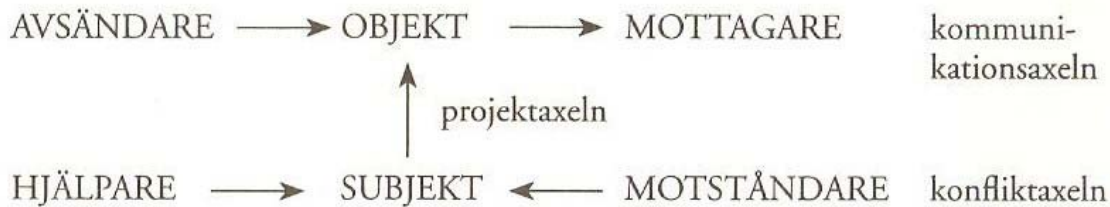
De tre bandade intervjuerna genomlyssnades och transkriberades på dator. Varje intervju granskades och olika samtalsämnen rubricerades vilket skedde snarast efter att intervjun genomförts. Varje intervju resulterade i ca 15 datorskrivna A4-sidor. Intervjuerna skrevs ut i olika färger för att senare kunna särskiljas. Personers enskilda citat klipptes sedan ut för att sorteras i olika högar efter samtalsämne. Detta gav en god överblick över vilka samtalsämnen som var oftast förekommande och de olikfärgade arken visade hur ofta de olika grupperna behandlat ämnet ifråga. De ämnen som diskuterats mest samt de ämnen som var relevanta för våra frågeställningar grupperades sedan ihop i fyra olika grupper. Citat ur grupperna valdes ut för att illustrera diskussionerna samt för att besvara våra fyra frågeställningar.

5.5 Diskussionsmaterial

För att beskriva avsnittet vilket visades som diskussionsmaterial i fokusgrupperna har en deskriptiv innehållsanalys tillämpats (Asp, 1986). Detta för att ge läsaren en bild av programmets art samt för att visa vilket diskussionsmaterial som använts i fokusgrupperna. För att illustrera hur vi gått tillväga för att beskriva programmets innehåll har Greimas aktantmodell (Gripsrud, 2002) använts.

Greimas menade att i en berättelse av vilket slag som helst finns det alltid ett subjekt som har ett projekt, det vill säga en längtan eller önskan efter något (Gripsrud, 2002). Detta något kallas för subjektets objekt. När projektet sedan ska genomföras stöter subjektet ofta på en motsättning eller konflikt av något slag. Oftast finns både en hjälpare och en motståndare som

på olika sätt påverkar genomförandet. Det sker i sinom tid en kommunikation, det vill säga att något levereras från en avsändare till en mottagare. Detta kan visas i en modell som består av tre olika axlar (kommunikationsaxeln, projektaxeln och konfliktaxeln) och sex olika roller (avsändare, objekt, mottagare, hjälpare, subjekt och motståndare) som Greimas kallade aktanter. Detta gav modellen namnet aktantmodellen.



Figur 2: Greimas aktantmodell (Gripsrud, 2002).

Nedan redovisas hur modellen har använts för att beskriva det använda diskussionsmaterialet. De olika aktanterna och dess roller har definierats.

- Avsändare:
Den som levererar lösningen på konflikten, det vill säga hjälparen.
- Mottagare:
De som tar emot lösningen på konflikten, det vill säga subjekten.
- Hjälpare:
Programledare Anna Skipper.
- Subjekt:
Programdeltagarna, två unga kvinnor som bor och arbetar tillsammans.
- Objekt:
Deltagarnas önskan att gå ner i vikt samt att sluta röka.
- Konflikt:
Att deltagarna inte lyckats gå ned i vikt på egen hand samt kvinnornas bristfälliga kost- och levnadsvanor.
- Subjektens motståndare:
Ohälsosamma vanor såsom dåliga kostvanor och rökning.

För att beskriva hur subjekten hjälps till att lösa konflikten med stöd av hjälparen, ges här en redogörelse för avsnittet.

Det avsnitt som valdes ut till diskussionsmaterial sändes på TV3 den 22 februari 2007. Två kvinnor, båda i 20-årsåldern, är deltagare i detta avsnitt. Det är med andra ord dessa två kvinnor som är subjekt och även mottagare enligt Greimas aktantmodell (Gripsrud, 2002). En berättarröst, som genom hela programmet förtydligar och förklarar olika situationer för tittaren, presenterar först deltagarna genom att berätta att de arbetar och bor tillsammans och att de äter samma skräpmat. Kvinnorna intervjuas om sin favoritmat vilket följs av att berättarrösten upplyser tittarna om deras laster, en av dem är rökare och den andra deltagaren är beroende av popcorn, samtidigt som kameran följer dem när de faller för sina laster. För att illustrera kvinnornas problem visas de i underkläder/bikini medan berättarrösten talar om hur mycket de väger och vad de mäter runt midjan. Objektet enligt Greimas aktantmodell är i detta fall deltagarnas önskan att gå ned i vikt och att sluta röka.

När tittaren fått bekanta sig med kvinnorna och det framgått vad som är konflikten, kvinnornas bristfälliga kost- och levnadsvanor, presenteras programledaren Anna Skipper. Programledaren är subjektens hjälpare och skall hjälpa kvinnorna att gå ner i vikt. Anna Skipper går igenom deras kylskåp och frys och slänger de livsmedel hon uppfattar som onyttiga i en soptunna. Efter att i princip alla livsmedel försvunnit från kylen får kvinnorna komma in till ett matbord som är uppdukat med allt de ätit den senaste veckan. I denna del av programmet blir det tydligt för tittaren att det är den typ av mat subjekten äter samt deras i övrigt ohälsosamma vanor som är motståndaren i deras strävan att gå ner i vikt. Programledaren använder ord som "förkastligt" om den ena kvinnans matvanor. Effekterna av kosten presenteras för kvinnorna på ett skuldbeläggande och negativt sätt. För att få en rivstart på sitt nya liv får de bada bastu med efterföljande utomhusbad i fyragradigt vatten.

Hos en läkare får kvinnorna gå igenom en fettmätning och en hälsoundersökning. Läkaren lägger på ett informativt sätt fram vilka effekter deras övervikt och cigarettanvändning kan komma att ha i framtiden. Detta står i kontrast till Anna Skipper som på ett mer grafiskt sätt presenterar nackdelarna med deras levnadsvanor. Kvinnorna skall nu invigas i sitt nya sunda liv och programledaren presenterar ett bord uppdukat med den nya kosten. Hon berättar om kvinnornas nya diet som i detta fall består av Levande föda, vilket innebär en vegansk råkost där inga livsmedel är upphettade över 45 grader. Efter att kvinnorna fått berätta om sin inbördes tävling (den som går ner mest i vikt vinner) får de en stegräknare av programledaren eftersom promenader enligt henne ska hjälpa fettförbränningen. En annan motionsform som kvinnorna får prova på är brottning. Ett inslag visar hur de introduceras till olika brottningsgrepp och blir hjälpta av en instruktör som förklarar hur de skall brottas mot varandra. Detta inslag visar tydligt att den ena deltagaren tycker att detta är förnedrande då hon lämnar brottnings salen i protest.

Efter fyra veckor kommer Anna Skipper tillbaka till kvinnornas hem och frågar ut dem om hur det har gått med den nya livsstilen. Eftersom hon inte kan se några resultat får kvinnorna reprimander och blir kallade för slappa och lata. Programledaren säger åt dem att hon vill se resultat om fyra veckor och att de därför måste träna på gymmet tre gånger i veckan.

Sista scenen utspelas på en restaurang där kvinnorna får möta Anna Skipper när åtta veckor har gått. De är uppklädda i svart och får väga sig och mäta sig runt midjan med hjälp av programledaren. En av deltagarna har gått ned 7,6 kg och förlorat 8 cm i midjan medan den andra kvinnan har gått ned 9,4 kg och tappat 13 cm i midjan. För att visa dem hur många kilon de tappat får de lyfta en spade med pizza som motsvarar det antal kilo de gått ned. Före- och efterbilder visas på kvinnorna och en ruta presenteras där tittaren får se hur de förändrats. Kvinnorna uttrycker tacksamhet mot programledaren som har hjälpt dem att gå ned i vikt.

6. Resultat

De 18 personer som deltog vid fokusgruppintervjuerna var i varierande åldrar mellan 19 och 78 år. Den första gruppen bestod av fem personer, av vilka alla var kvinnor i åldrarna 22 till 48 år. Den andra gruppen, vilken också innehöll fem personer, hade störst åldersspann där deltagarna var i åldrarna 19 till 78 år och där två av personerna var män. Den tredje och sista gruppen var störst med åtta deltagare. Alla i gruppen var kvinnor i åldrarna 21 till 39 år.

Fokusgruppdiskussionerna i form av transkriberat material resulterade i 45 datorskrivna A4-sidor. Materialet har kortats ned något för att vara mer lättläst och talspråk har i vissa fall formulerats om. För att illustrera hur diskussioner har förts i grupperna återges deltagarnas citat, vilka ibland kan vara förkortade. De namn som anges är fingerade för att garantera deltagarna anonymitet. Citaten är grupperade ämnesvis för att svara på våra frågeställningar och speglar på så sätt inte de olika gruppernas tankegångar utan redogör för de tre grupperna som en helhet. Fokus har lagts på vad som diskuterats, inte hur grupperna skilt sig åt. Slutligen sammanfattas resultatet och de viktigaste slutsatserna presenteras.

6.1 Motiv hos tittare för att se *Du är vad du äter*

I deltagarnas diskussioner kring vilka motiv de hade för att se programmet framgick det att många tyckte att programmet var underhållande. Detta blev också uppenbart då flertalet av deltagarna skrattade under visningen av programmet. De inslag deltagarna tyckte var komiska var bland annat då programledaren slängde livsmedel ur programdeltagarnas kylskåp, när kvinnorna fick bada i iskallt vatten samt när de brottades i brottatrikåer. Underhållningsvärdet var den största anledningen till att deltagarna såg programmet och de flesta var av uppfattningen att programmet var ett underhållningsprogram. Många var också överens om att det till viss del är förnedrings-TV men åtminstone en av deltagarna såg programmet av just den anledningen. Såhär uttryckte hon sin förtjusning inför programmet:

”Det här är ett av mina favoritprogram. Jag tycker att det är väldigt inspirerande, och det är klart... det är lite förnedrings-TV. Hur pinsamt det än är att erkänna är det något som tilltalat mig. Att skratta lite åt det de gör” (Frida, 21)

Flertalet deltagare kände sig inspirerade av programmet och tyckte att de lärde sig någonting nytt. En person tyckte att de olika aktiviteterna i programmet inspirerade till att prova på nya träningsformer och gav en bra inblick i olika aktiviteter. Några uppfattade livsmedlen i dieterna som nya och spännande, och såg programmet för att få tips och idéer till sin matlagning.

”Jag tycker det är roligt att kolla på det, jag vet inte varför, men jag får liksom lite tips och blir inspirerad och sådär. Sen så tycker jag också att det är väldigt vinklat och lite extremt, men man får ta det med en nypa salt. Det är ändå underhållning kombinerat med mat” (Malin, 31)

Sammanfattningsvis så ses *Du är vad du äter* i underhållningssyfte, för att få tips och idéer kring mat och träning samt för att roas av programmets deltagare i olika situationer.

6.2 Tittare reflekterar över personer och situationer i *Du är vad du äter*

Många diskussioner fördes kring de kvinnliga programdeltagarna, hur de uppfattades samt hur de framställdes i programmet. Flertalet deltagare reagerade över kvinnornas ohälsosamma matvanor och deras okunskap kring kost. En situation som diskuterades var då kvinnorna under arbetstid tillfredsställde sin hunger med chips och godis. Många chockerades över hur de med denna kosthållning kunde leva ett normalt liv och att de inte var mer överviktiga än de var.

”Jag blir chockad när jag ser två tjejer som är så extremt okunniga i någon sorts kost, jag menar det är ju som om de växt upp i någon djungel och inte snappat upp ett enda lärdomsord om kosthållning” (Johanna, 33)

Flertalet deltagare hade dock medlidande med kvinnorna och önskade att deras personligheter tydligare hade framkommit så att man som tittare lättare kunnat lära känna dem. På sättet kvinnorna framställdes var det många som reagerade irriterat, då de tyckte att de porträtterades som nonchalanta, okunniga och lata. De ansåg att kvinnorna framstod som självömkande och hjälpsökande personer som ställde upp i ett exploaterande program för att få hjälp med sitt missbruk.

”De målar upp väldigt tydligt att det här är de tjejerna som inte bryr sig om någonting, de skiter i allt” (Jonas, 20)

Även om många kände medlidande med kvinnorna så ansåg några att ställer man upp i den här typen av program, som har sänts i så många säsonger, så borde personen i fråga veta vad han eller hon ger sig in på.

Diskussioner fördes kring huruvida kvinnorna levde i förnekelse gällande sin övervikt eller inte. En av kvinnorna berättade under en intervju att hon inte alltid har sett sig själv som ”sådär jättetjock”. Tidigare hade hon varit smalare och hade nu svårt att identifiera sig med sin övervikt. Några deltagare var på grund av detta positiva till att programledaren klargjorde övervikten för kvinnorna. En deltagare uttryckte sig kraftfullt kring ämnet:

”Jag tycker inte att hon (programledaren) är för hård, jag tror att de här människorna behöver höra att de är tjocka, att de är äckliga. Inte för att de är äckliga som människor utan för att det är äckligt att de är så tjocka. Jag tror att det är bra att de får höra det, för tydligen får de inte höra det från någon annan” (Sofia, 39)

Programledaren Anna Skipper framkallade många kritiska kommentarer då hennes framtoning och bemötande av kvinnorna i olika situationer ansågs som onödigt elaka. Den situation i programmet som utlöste flest kommentarer var då programledaren gick igenom kvinnornas kylskåp och slängde den ena kvinnans hemmagjorda pizza. Kommentaren kvinnan fick om pizzan var att ”detta ger den här effekten; lös, dallrig och fläbbig mage” samtidigt som programledaren klappade henne på magen. Detta inslag ansågs av många som mycket förnedrande.

”Hon är sarkastisk tycker jag, elak. Hon är ingen pedagog” (Eva, 57)

Någon uttryckte sig ännu kraftigare och förklarade varför hon inte längre tittade på programmet.

”Jag har slutat titta på det, jag blir så vansinnig varje gång. Anna Skipper är en av mina favorithatpersoner i världen. Jag delar inte hennes idéer så jag tittar inte på det längre” (Martina, 26)

Även om de flesta tyckte illa om Anna Skipper så var inte alla av samma åsikt, ett fåtal hade en positiv inställning till programledaren och tyckte att hon var ”häftig”. Hennes många gånger hårda framtoning ansågs som ett bra sätt att motivera kvinnorna till att förändra sin livsföring.

”Hon är väldigt hård och ärlig med en gång. ’Där ser man ju var det sätter sig det där fläbbet.’ Men jag tror det är bra, jag tror det sätter igång dem. Mer än om hon skulle vara för mesig och snäll” (Malin, 31)

En situation i programmet som flertalet deltagare reflekterade över var hur den mat kvinnorna tidigare ätit presenterades. Alla livsmedel och maträtter de intagit under en vecka visades symboliskt på ett bord varpå kvinnorna fick konfronteras med sin konsumtion. Deltagarna reagerade starkt över hur maten var upplagd och ansåg att det såg äckligt och motbjudande ut. De tyckte att det var uppenbart att detta bord visades enbart i avskräckande syfte.

”Jag tycker att det ser skitäckligt ut, det är liksom inga färger, inget frukt och grönt alls” (Malin, 31)

Den mat som senare presenterades som en del i kvinnornas nya diet uppfattades däremot som mycket färgglad och inbjudande. Åtminstone en person var positivt inställd till sättet att visa på skillnaderna mellan de olika borden, att kontrasterna dessa emellan inspirerade till en hälsosam kosthållning.

6.3 Tittares uppfattningar om mat och metoder för viktminskning

Deltagarna diskuterade kring dieten Levande föda³, som valts ut åt kvinnorna i programmet i viktminskningssyfte. Kvinnorna informerades om hur de genom groddning och torkning av vegetabilier kunde öka matens näringsinnehåll. Flertalet deltagare upprördes av de krävande matlagningsmetoderna som fordrades för att kunna äta Levande föda. Det inslag som väckte flest reaktioner var då programledaren gav kvinnorna tips om att tillaga grönsaksbiffar, vilka skulle torkas i ugn på ett lågt gradantal i åtta timmar. Denna metod ställde sig många deltagare mycket kritiska till då de ansåg att ingen i dagens samhälle har tid eller energi till att genomföra detta.

”Jag kände mig lite... ’herregud, är det det där som krävs för att man ska kunna gå ner i vikt?’ Hela konceptet blir så himla avancerat så det känns liksom inte möjligt. Man blir lite nedslagen när de visar att man måste äta saker som ska gro, malas och torkas i ugn i åtta timmar” (Josefine, 22)

De flesta var överens om att kvinnornas diet kändes för avancerad, att den innehöll många främmande livsmedel och innebar svåra tillagningsmetoder. De trodde att kvinnorna kände

³ Helvegansk kost där inga livsmedel är upphettade till mer än 45 grader. (Levande Föda Kur och kursgård, 2007)

sig mer nedslagna än motiverade av den. Några deltagare ansåg dock att denna typ av diet skulle fungera för dem själva då de hade en teori om att det är lättare att genomföra en livsstilsförändring om det görs på ett drastiskt sätt.

Andra inslag i programmet som skulle verka i viktminskningssyfte var att få deltagarna att utöva fysisk aktivitet. En av aktiviteterna innebar att de skulle brottas mot varandra iklädda brottatrikåer. Detta inslag väckte många känslor eftersom en av kvinnorna tydligt markerade att hon inte gillade brottningen. Deltagarna ifrågasatte om brottningen var en lämplig motionsform och tyckte att det var märkligt att kvinnorna inte fick utveckla de aktiviteter de redan var intresserade av.

”Tvinga dem att brottas? Ta något som de vill göra, som de kommer att fortsätta med. De gillade ju dans båda två, låt dem utveckla den delen istället” (Johanna, 33)

”Att hon behövde ha på sig den där brottardräkten reagerade jag mycket på. Det var hemskt, då skulle jag vilja trycka på stoppknappen” (Madeleine, 33)

Inslaget uppfattades som mycket förnedrande och flertalet upprördes över sättet att exploatera överviktiga personer i situationer där de uppenbarligen inte trivdes.

6.4 Tittares reflektioner över programidén *Du är vad du äter*

Deltagarna diskuterade i vilket syfte de trodde att programmet visades och hur de själva uppfattade programidén. Flertalet trodde att programmets syfte var att underhålla, men att grundtanken med programmet även inkluderade en önskan om att framföra ett hälsobudskap. Andra trodde att underhållningen endast var sekundär. Kring frågan om programmet med dess hälsoaspekter fortfarande skulle vara intressant om inslagen med förnedring togs bort fanns det olika åsikter. Några trodde att programmet skulle vinna på att ta bort dessa inslag, medan åtminstone en person ansåg att om underhållningen i form av förnedring försvann skulle tittaren byta kanal. Denna typ av underhållning sågs som ett sätt att locka tittare, tjäna pengar och få programmet att sticka ut ur mängden.

”Det går ju att smälta det här allvaret, för det är inbakat i så mycket snask. Det är snaskigheterna som är underhållningen. Annars blir det bara ett tråkigt och informativt program”(Johanna, 33)

Flertalet ställde sig frågande till kvinnornas beteende i programmet och diskuterade kring hur mycket i programmet som var iscensatt för att skapa dramatik. De funderade kring programmets upplägg och dess återkommande inslag med personer som fuskar med sina dieter. Deltagarna undrade om det verkligen kunde stämma att alla som deltar i programmet alltid misslyckas med att undvika onyttiga livsmedel. Att dessa misslyckanden dessutom alltid infaller efter fyra veckor ansågs inte som troligt.

”Man blir ju faktiskt lite trött på det där upplägget... Man undrar ju om det inte finns såna som inte fuskar” (Lena, 31)

För att kategorisera programmet drogs paralleller till dokusåpagenren⁴ eftersom det ansågs följa en dokusåpas riktlinjer. Deltagarna ansåg att sättet kvinnorna presenterades på var mycket nedvärderande och att denna typ av förnedrings-TV gör att tittaren hemma i TV-

⁴ Dokusåpa, kortform för dokumentärsåpa. TV-genre som bygger på att ett antal människor filmas dokumentärt en längre tid under ovanliga förhållanden (Nationalencyklopedin, 2007).

soffan kan känna sig bättre och mer normal. Tittaren kan med andra ord ”gotta sig åt andra misär”. Vissa deltagare tyckte att det var förståeligt att detta program sänds på TV3 eftersom TV3 inte ansågs lika seriös som public service-kanalerna. Programmet och dess upplägg uppfattades som för kontroversiellt för att kunna sändas i till exempel SVT.

”Det är ju ändå TV3, hur seriöst kan det bli? Mina förutfattade meningar är kanske att de inte har samma moraliska ansvar på TV3 eller TV5 som public service har gentemot folket eller samhället” (Sandra, 27)

Eftersom flertalet var kritiska till programidén diskuterade de kring hur programmet kunde göras bättre samt gjorde en jämförelse med andra livsstilsprogram på TV. Många var överens om att inslaget med läkaren var positivt, där kvinnorna fick information om hur deras övervikt kunde ge dem följsjukdomar. Programledarens fokus på utseende och viktminskning var däremot något som inte uppskattades:

”Man kan göra ett program för att må bättre och undvika sjukdomar, inte bara för att ens kropp ska se ut på ett speciellt sätt” (Lisa, 19)

Många tyckte att programmet vinklade kvinnorna på ett negativt sätt, och att det som framhävdes mest var deras brister. De ansåg att det borde fokuseras mer på kvinnornas positiva egenskaper och lyfta fram de saker som deltagarna redan innan programmet gjorde bra. En av kvinnorna tränade till exempel bugg en gång i veckan, vilket flera tyckte var något som borde ha lyfts fram. Flertalet tyckte också att programmets upplägg var mycket kortsiktigt och ville se andra, mer långsiktiga lösningar för att öka programdeltagarnas hälsa och mentala välmående.

”Vi behöver andra program med bättre kostrådgivning där man tar in hela människan. Och att de får delmål som de valt och uppföljning, och inte 8-veckors-bantningar. Se en helhet, vad äter jag, varför lever jag, vad mår jag bra av?” (Eva, 57)

Generellt ansåg deltagarna att en 8 veckors-diet inte var den bästa metoden för att få en varaktig viktminskning och att programledarens information kring maten och dess verkningar var knapphändiga. De tyckte att programledaren borde ha gett deltagarna tydligare delmål samt att kosten borde ha anpassats så att den kunde bli mer varaktig.

SVT: s program *Toppform*⁵ diskuterades ofta och jämfördes med *Du är vad du äter*. De flesta var överens om att *Toppform* hade ett annat fokus där hänsyn togs till flera olika faktorer hos människan för att öka livskvaliteten. Programmet togs upp som en bra mall eftersom programledaren där fokuserar på att motivera och inspirera programdeltagarna till ett sundare liv, istället för att förnedra och fördumma dem. Många av de aspekter som deltagarna saknade i *Du är vad du äter* ansågs finnas med i *Toppform*.

”Jag såg Toppform, SVT: s program. De har ju inte den här sensations-TV: n på samma sätt. Det är mycket mer inriktat på individen, att de skulle ändra sin livsstil. Framförallt var det inget fördummande av deltagarna, de var inte dumma utan bara vanliga människor som hamnat i ett felaktigt mönster. Det var mycket mer pepp, och inte som i Du är vad du äter, där programledaren säger ’men gud vad tjock och ful du är’ ” (Sara, 21)

⁵ Toppform är ett livsstilsprogram som sänds på SVT sedan 2003 och leds av träningscoachen Blossom Tainton Lindquist. Programmets syfte är att integrera hälsomedvetenhet i deltagarnas livsstil. Till sin hjälp har programledaren en kock, en fysioterapeut och en näringsfysiolog. Dessa experter hjälper deltagarna att träna, äta och tänka rätt genom diverse aktiviteter som till exempel terapi, fysisk aktivitet och kostskola (Elg & Nilsson, 2005, Andersson, 2004).

6.5 Sammanfattning av resultatanalys

Nedan följer en sammanfattning av de resultat som framkommit vid fokusgruppintervjuerna kopplat till varje frågeställning.

6.5.1 Vilket/vilka motiv finns hos tittare för att se Du är vad du äter?

Du är vad du äter är ett program som ses främst i underhållande syfte samt för att snappa upp idéer och inspireras kring kost och hälsa. Underhållningen i programmet ligger i att se människor med livssituationer sämre än ens egen hjälpas med att lösa sina problem. Programmet är tacksamt att se på då slutet alltid är lyckligt. Att det innehåller förnedrande inslag både avskräcker och lockar.

6.5.2 Hur reflekterar tittare över personer och situationer i Du är vad du äter?

Programmets deltagare men framför allt programledaren väcker starka känslor hos tittaren. Man sympatiserar med, förfasas över och tycker synd om deltagarna då deras livssituationer många gånger kan tyckas extrema och destruktiva. Tittaren upprörs över deras okunnighet och självömkande, samtidigt som man ställer sig frågande till om de verkligen framställs på ett sanningsenligt sätt. Även om kvinnorna får sympatier för att de exploateras i TV tycker man att de får skylla sig själva då de har ställt upp frivilligt.

Programledaren ses av tittaren som elak, osympatisk och brutal då hennes framtoning gentemot kvinnorna många gånger uppfattas som förnedrande och skrämmande. Samtidigt sympatiserar man med henne, tycker att hon är ärlig och tuff och ger deltagarna en knuff i rätt riktning.

Som tittare chockeras man av deltagarnas matkonsumtion och presentationen av denna väcker både äckel och avsmak. Man har svårt för att förstå hur någon kan äta sådan mat utan att reflektera över hur onyttig den är. Presentationen av den nya dieten väcker däremot intresse för att prova nya livsmedel, maten anses vara mycket färgglad och inbjudande. Kontrasterna mellan dessa två kosthållningar ses som ett symboliskt inslag för att deltagare och även tittare ska avskräckas av den onyttiga maten och inspireras av den nyttiga.

6.5.3 Hur uppfattar tittare metoderna för viktminskning?

Dieten Levande föda ses som en mycket avancerad och tråkig diet där livsmedlen är främmande och svåra att få tag på. Tillagningsmetoderna som är både tidskrävande och komplicerade ses inte som inspirerande utan snarare avskräckande. En drastisk omläggning av kosten ser man dock som något positivt då en livsstilsförändring kräver en rivstart.

Programmets inslag med brottnig kritiserar eftersom man ser det som mycket förnedrande för de deltagande kvinnorna. Man upprörs av sättet de exploateras på, överviktiga i tights brottardräkter. Man ställer sig frågande till varför de måste utöva en sport de inte tycker om.

6.5.4 Hur reflekterar tittare över programidén Du är vad du äter?

Tittaren är kluven till vad som är programmets grundtanke, är det att vara underhållande och samtidigt förmedla ett hälsobudskap eller är underhållningen endast sekundär? Programmets upplägg upplevs lite tröttsamt eftersom alla avsnitt följer samma mönster där deltagaren

fuskar, för att i slutändan alltid lyckas med sin viktnedgång. Man funderar kring huruvida detta verkligen stämmer eller om det är uppgjort på förhand för att skapa dramatik.

Du är vad du äter likställs med en dokusåpa i den bemärkelsen att de deltagande personerna framställs som extrema och görs till åtlöje då deras problem med övervikt exploateras i TV. Detta anses bidra till att man som tittare kan känna sig nöjd med sig själv då man inte ser ut eller beter sig på samma extrema sätt.

Att programmet sänds på TV3 är ingenting som förvånar eftersom TV3 inte anses vara en lika seriös kanal som exempelvis SVT. Denna typ av program betraktas som en kommersiell vara som sänds för att tjäna pengar och inte för att utbilda människor om hälsa. TV3 anses inte ha lika stort moraliskt ansvar för det de sänder som SVT och att detta är anledningen till att liknande program inte återfinns i public service-kanalerna.

Du är vad du äter anses kunna göras bättre på många sätt, bland annat genom att ta bort de förnedrande inslagen och fokusera mer på människors mentala välmående och se ett helhetsperspektiv. Man efterfrågar dieter som är mer realistiska för människor i allmänhet och att deltagarna ges delmål som följs upp även efter de åtta veckorna. Inslagen med fysisk aktivitet tycker man ska anpassas efter varje deltagare, vad de själva vill och klarar av. I det stora hela tycker man att programmet borde vara mer positivt och lyfta fram de saker deltagarna gör som faktiskt gynnar deras hälsa. SVT: s livsstilsprogram *Toppform* ses som ett bättre program i den bemärkelsen att man där fokuserar på fler aspekter än bara viktnedgång och att programledaren inspirerar och motiverar deltagarna istället för att skrämja och förnedra dem.

6.6 Slutsatser

- *Du är vad du äter* ses i underhållande syfte samt för att inspireras kring kost och hälsa.
- Tittare sympatiserar med, förfasas över och tycker synd om programmets deltagare.
- Programledaren väcker starka känslor, hon anses vara både grym och brutal men också ärlig och rättfram.
- Dieten anses avancerad, den både inspirerar och verkar avskräckande.
- Programmets kontroversiella stil speglar kanalen det sänds på.
- Programmet skulle kunna göras bättre genom att ta bort förnedrande inslag, anpassa aktiviteter efter varje deltagare, erbjuda realistiska dieter samt ha ett helhetsperspektiv.

7. Diskussion

Detta avsnitt kommer att behandla två olika delar av undersökningen. Diskussioner kommer att föras kring hur undersökningen genomförts samt det resultat den genererat.

7.1 Metoddiskussion

I detta avsnitt kommer vi att analysera hur arbetet fortgått och diskutera kring olika aspekter som kan ha påverkat genomförandet.

7.1.1 Undersökningens validitet

Det är naturligtvis inte möjligt att generalisera denna undersöknings resultat till någon större befolkning eller population, men det kan ändå leda fram till en ökad förståelse för hur tittare resonerar kring livsstilsprogrammet *Du är vad du äter*. Validiteten i denna undersökning stärks av det faktum att det är samma två personer som närvarat under samtliga tre fokusgruppintervjuer och som dessutom har transkriberat och analyserat materialet (Kvale, 1997). Personen som verkade som moderator spelade den rollen vid alla intervjutillfällena och detsamma gällde för assistenten. Detta för att de tre grupperna skulle ha samma förutsättningar. Validiteten stärks ytterligare av att samma diskussionsmaterial använts vid samtliga tre fokusgruppintervjuer. Något som däremot kan ha minskat validiteten för denna undersökning är att viss rekrytering skedde genom snöbollsurval vilket kan leda till att enbart en viss kategori av människor har nåtts.

7.1.2 Deltagarnas förutsättningar

Det föll sig naturligt att använda en lokal på Pedagogen då vi fick hjälp med att boka denna genom institutionen för Mat, hälsa och miljö. Dock kan skolmiljön ge en mer strikt och allvarlig atmosfär än den tittaren får hemma i TV-soffan. Detta skulle kunna påverka denne att reflektera annorlunda. Fördelarna med att använda en lokal på Pedagogen vägde dock över nackdelarna eftersom vi ansåg att om undersökningarna skulle genomföras hemma i någons TV-soffa så kunde fler distraktionsmoment finnas. På Pedagogen hade alla deltagarna samma förutsättningar. Vid val av ersättning till deltagarna diskuterade vi vilken form som var lämplig. Fika och kollektivtrafikersättning ansågs som tillräcklig då en större kompensation kunde ha resulterat i att deltagarna anmälde sig enbart för ersättningen, inte för diskussionen. Vid rekryteringen i form av annonsering angavs inte vilken utbildning vi tillhörde. Flygbladen innehöll bara information om att vi var studenter vid Göteborgs universitet. Tanken var att inte informera deltagarna om vår koppling till kostvetenskap eftersom de då kanske skulle omformulera sina tankar och åsikter efter vad de trodde att vi ville höra. Dock frågade några deltagare vid intervjutillfället vad vi studerade, varpå vi naturligtvis inte undanhöll dem sanningen utan berättade att vi var studenter på Kost- och friskvårdsprogrammet.

Vid själva intervjuerna var vi noga med att poängtera att deltagarna fick tänka och tycka hur de ville, att vi inte tog någon ställning till *vad* de tyckte utan att vi bara var intresserade av *hur* de resonerade kring programmet. Detta för att få dem mer avslappnade och våga ventilera sina åsikter. Vi höll ett neutralt minspel och deltog inte i några diskussioner, detta för att inte ge deltagarna uppfattningar om att vi stödde, alternativt inte delade deras åsikter. Kommunikativ validitet innebär att både forskare och de personer som ingått i studien skall kunna ta del av resultaten (Patel & Davidson, 2003). För att garantera deltagarna i våra fokusgrupper konfidentialitet och att ingen enskild individ skall kunna identifieras, har deras namn fingerats och de har alla erbjudits att ta del av resultatet.

7.1.3 Deltagarinteraktion

De personer som anmälde sig och deltog i fokusgrupperna antar vi hade ett särskilt intresse för programmet, oavsett om detta är av positiv eller negativ art. Eftersom personerna har varit villiga att avsätta tid för att diskutera och ventilera sina åsikter måste programmet väckt någon slags reaktion. Det finns troligen människor som tittar på programmet men som inte har blivit lika berörda och därmed inte finner en anledning att anmäla sig till en fokusgrupp. Detta tror vi kan ha medfört att de personer vi hade i våra fokusgrupper hade ett större intresse för programmet än många andra.

Wibeck (2000) diskuterar kring hur väl deltagarnas yttranden stämmer överens internt. I våra fokusgrupper var det åtminstone en person i varje grupp som var kritisk till programmet från diskussionens början. Denna person kan troligtvis ha påverkat de andra deltagarna till att ifrågasätta sina egna åsikter. De tendenser vi märkte av var att många hade positiva tankar kring programmet vid diskussionernas start men efter ett tag när olika argument lagts fram var det vissa som verkade se programmet med mer kritiska ögon. Detta stämmer med Wibecks teori om att när en individ konfronteras med andra deltagares åsikter som inte överensstämmer med den egna åsikten, blir individen mer medveten om sina egna ställningstaganden. Ett fåtal deltagare som under diskussionerna varit relativt tystlåtna, passade dessutom på att vid intervjuernas avslut uttrycka sina åsikter. Dessa skilde sig ibland från övriga deltagares. Att de väntade med att ventilera dessa åsikter kan tyda på att de uppfattade sina egna ställningstaganden som avvikande gentemot övriga. På grund av detta kanske de avsiktligt höll en lägre profil under diskussionerna för att i slutet kunna säga sin åsikt utan att behöva konfronteras av övriga deltagare.

I en av fokusgrupperna deltog en person som hade svårt att hålla sig till ämnet. Detta resulterade i att moderatorn vid flera tillfällen fick avbryta personen i fråga. Detta kan ha påverkat resultatet så till vida att deltagarna kan ha tappat fokus på vad de ville diskutera, samt att intervjun inte genererade samma mängd användbart material. Denna persons inlägg betraktas som internt bortfall då dessa inte var användbara för att uppnå syftet.

7.1.4 Förförståelse för ämnet

Resultatet vi presenterat är vår tolkning av en undersökning, vilken med säkerhet skulle kunna tolkas på ett flertal olika sätt. Patel och Davidson (2003) hävdar att en undersökning alltid är färgad av forskarens egna erfarenheter, förförståelse och subjektivitet. Vi har försökt att vara så objektiva som möjligt, både vid genomförandet av intervjuerna samt vid resultatanalysen. Värt att nämna är dock att vi har en förförståelse för kost och hälsa och kan nog anses som färgade av detta, vilket naturligtvis kan påverka resultatet.

7.1.5 Källkritik

Lindströms C-uppsats *Äckel, empati och efterapning* (2006) som finns beskriven under tidigare forskning ser vi som ett komplement till den övriga forskningen vi tagit del av. Det finns egentligen ingen vetenskaplig tyngd i Lindströms uppsats, men eftersom hennes undersökning är snarlik vår egen fann vi den intressant. Övrig litteratur är främst hämtad genom de avhandlingar och studier vi tagit del av samt genom tips från anställda på Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs Universitet.

7.2 Resultatdiskussion

I detta avsnitt kommer de tidigare presenterade resultaten att diskuteras. Aspekter som kan ha påverkat deltagare och deras sätt att resonera kommer att belysas. Vidare kommer resultaten att diskuteras mot bakgrund av relevant litteratur samt tidigare forskning.

7.2.1 Motiv för att se programmet

Som framkom av resultatet var det många deltagare som roades av programmet. Ett fåtal berättade att de fann det underhållande att kunna skratta åt kvinnorna och programledarens sätt. Vi tror dock att fler personer kanske såg programmet av just den anledningen än vad som framkom, detta eftersom det kan vara känsligt att berätta att man roas av att se andra människor exponeras. Programmets sätt att exponera människor tror vi är en del av programmets drivkraft även om många deltagare inte tilltalades av det. Exponeringen väcker dramatik vilket stödjer Sandbergs (2004) teori om hybridisering.

Några deltagare ansåg att de blev inspirerade av programmet och kunde snappa upp idéer som de kunde använda i sin vardag. Det framgick av diskussionerna att åtminstone en av dessa personer var mycket intresserad av att laga mat och inte var främmande för att prova nya livsmedel. Av detta resonemang kan man fundera kring om kosten och dieterna först och främst attraherar människor som redan kan något om kost och matlagning. Är man som person intresserad av kost och lagar mycket mat attraheras man förmodligen mer av kostrelaterade program än andra. Programmet kanske då inte ses främst i diet- eller viktminskningssyfte utan mer för att få inspiration till sin matlagning. Dock kan naturligtvis även personer med mindre kunskap kring kost intressera sig för detta program.

7.2.2 Reflektioner över personer och situationer i programmet

Programmets deltagare väckte många reaktioner i fokusgrupperna. En av deltagarna var upprörd över hur de överviktiga kvinnorna i programmet framställdes. Dennes åsikt var att de framställdes som dumma och missbrukande individer och att programmet förstärkte den negativa bilden av överviktiga. Detta resonemang anser vi går i linje med Sandbergs (2004) teori om att fördomar och föreställningar kring vissa befolkningsgrupper, i det här fallet överviktiga, kan påverkas genom media. Dimpleby och Burton (1999) beskriver hur budskap kan kommuniceras på olika sätt och att de sällan är neutrala. Budskap kan både vara öppna och förtäckta och ett exempel på det senare skulle kunna vara att programmet ger en bild av att överviktiga är mindre intelligenta människor med sämre karaktär. Detta är dock inte något som programledaren säger ”rakt ut” men som flertalet fokusgruppsdeltagare ändå uppmärksammade. Detta kan liknas vid de resultat Sandberg (2004) kom fram till vid sin undersökning av tidskrifter. De latent budskapen hon fann om övervikt tolkade hon som att övervikt presenteras som ett resultat av konsumtion, frosseri och njutning. De som blir överviktiga är alltså de som inte kan tygla sina lustar. I tidskrifterna var detta inte heller något som tydligt framgick men som kunde utläsas genom ordval och bildspråk. I programmet *Du är vad du äter* visas ofta de överviktiga deltagarna i situationer då de äter, beställer mat eller uttrycker sin längtan efter mat.

Programmet uppfattades av deltagarna som redigerat, att kvinnorna troligtvis är framställda på ett visst sätt för att visa extrema karaktärer. Även om programmet uppfattades som ”uppgjort” chockerades dock deltagarna över kvinnornas okunnighet vilket skulle kunna tyda på att deltagarna själva har bättre kunskaper kring kost och hälsa. Vem eller vad som bidragit till detta kunnande kan vi bara spekulera i, kanske kan det vara programmet *Du är vad du äter*. Vad det än är så tycker vi att detta är positivt.

Vi har olika funderingar kring varför programledaren uppfattades på så olika sätt. De personer som tyckte illa om programledaren var ofta de som sympatiserade mest med kvinnorna. Troligtvis har dessa personer lättare för att identifiera sig med kvinnorna och kan på ett annat sätt leva sig in i deras roller. Detta kan förklara vissa deltagares ogillande av programledaren eftersom det är hon som utsätter kvinnorna för obehagliga situationer. De som sympatiserar med programledaren å andra sidan tror vi är de som ser kvinnornas övervikt på ett mer objektivt sätt och inte lever sig in i kvinnornas situationer i samma utsträckning. Jarlbro (2004) beskriver hur människor värderar trovärdigheten kring hälsorisker i relation till attityden han eller hon har till sändaren. Eftersom deltagarna i fokusgrupperna hade många olika uppfattningar kring programledaren är det troligt att de hälsobudskap hon förmedlar värderas på olika sätt. En positiv attityd till programledaren förstärker säkerligen viljan att ta till sig hennes kostrelaterade råd, samtidigt som en negativ attityd kan ha motsatt effekt.

7.2.3 Metoder för viktminskning

Då resultatet visar på att dieten i programmet inte tilltalade deltagarna utan snarare avskräckte dem drar vi slutsatsen att programmet har för avancerade dieter med ovanliga livsmedel. Det som avskräckte deltagarna mest var ofta de tidskrävande tillagningsmetoderna. Troligtvis funderade deltagarna över huruvida de själva skulle hunnit med att tillaga de rätter som visades i programmet och kommit fram till att detta inte passade in i deras vardag. Kanske hade programmet tjänat på att visa nyttiga maträtter som går lätt och fort att laga. Troligtvis skulle fler tittare använda sig av tipsen om de var mindre tid- och energikrävande.

Den fysiska aktiviteten i form av brottning var det ingen i fokusgrupperna som uppskattade. Troligtvis berodde detta på att brottningen inte sågs som en motionsform som passade kvinnorna eller vanliga motionärer i allmänhet. Brottningen sågs dessutom som ett av de mest förnedrande inslagen i programmet då kvinnorna fick bära tigha trikåer. Vi fick inte intrycket av att deltagarna i fokusgrupperna själva skulle vilja prova på brottning, vare sig i motions-syfte eller viktminskningssyfte. Antagligen ansågs brottningen som en för avancerad sport och inte något som passar en nybörjarmotionär.

7.2.4 Programidén

Flertalet deltagare diskuterade huruvida vissa situationer i programmet stämde överens med verkligheten. Många reagerade på de återkommande inslagen med fuskande programdeltagare och kände sig trötta på programmets upplägg. Av detta drar vi slutsatsen att dessa personer har följt serien och sett ett flertal avsnitt eftersom det krävs att man har sett programmet några gånger för att se ett mönster. Baserat på ovanstående resonemang tror vi att programmet skulle gynnas av att ha mer variation i upplägget så att tittaren inte tröttnar. Värt att nämna är dock att fjärde säsongen av *Du är vad du äter* innehöll flera avsnitt där kända personer deltog, vilket inte varit fallet i tidigare säsonger. Detta kan vara ett sätt att förnya sig och behålla tittare utan att behöva ändra på konceptet.

Deltagarnas reaktioner på kanalen *Du är vad du äter* sänds i stödjer Björkegrens (1996) teorier om publikmaximeringsambition, det vill säga att kommersiella TV-bolag sänder program av enbart ekonomiska skäl. Flertalet deltagare trodde inte att *Du är vad du äter* sänds för att utbilda svenska folket om kost, utan snarare för att tittarsiffrorna i England visat på goda ekonomiska vinster. Detta resonemang upplever vi som logiskt eftersom TV3 är beroende av höga tittarsiffror till skillnad från public service-kanalerna.

Jämförs *Du är vad du äter* med exempelvis SVT: s program *Toppform* så är det tydligt att de båda programmen har olika fokus. *Toppform* fokuserar till skillnad från *Du är vad du äter* på att integrera hälsomedvetenhet i människors livsstil. Programmet är inte lika extremt och kommersiellt gångbart utan speglar istället att kanalen den sänds på följer kulturpolitiska mål. Många av de åsikter kring hur programmet skulle kunna göras annorlunda anser vi vara befogade och tyder på att deltagarna hade reflekterat över vilka faktorer som påverkar hälsan i stort. Flertalet deltagare var medvetna om vad som krävs för att genomföra varaktiga livsstilsförändringar även om det var få som behandlade specifika detaljer.

7.2.5 Riskperspektiv

De risker vi ser med programmet är att det eventuellt avskräcker mer än inspirerar människor till att leva hälsosamt. Detta grundar vi på att deltagarna i våra fokusgrupper ansåg dieterna som avancerade samtidigt som de tyckte att programledaren var för hård. Förmodligen når programmet med sina avancerade metoder bara en viss grupp i samhället, de som redan har ett intresse och även resurser för att leva hälsosamt. Människor med sämre matvanor har förmodligen mindre intresse för matlagning och därmed också svårare att ta till sig programmets dieter. Detta resonemang stöds av Jarlbro (2004) som beskriver hur information kring hälsa oftast når de välutbildade och de som redan är insatta i ämnet.

En annan risk med programmet är den som belyses i debattartikeln i Göteborgsposten (Larsson, Magnusson & Rothenberg, 2006). Deras uppfattning om att programmet sprider fördomar om överviktiga på bästa sändningstid fick stöd av flera deltagare vid fokusgruppintervjuerna. Flertalet deltagare ansåg att programmet var ett förnedringsprogram och att de överviktiga kvinnorna framställdes som ointelligenta och dumma. Vi stödjer detta resonemang och tror att programmet kan verka negativt för gruppen överviktiga. Risken finns att tittare får uppfattningen att övervikt endast uppkommer av frosseri. Detta grundar vi på att kvinnorna i avsnittet framställdes som matmissbrukare som inte kunde kontrollera sitt ätande. Vad som inte framkom i programmet var om det fanns andra faktorer som kan ha bidragit till deras övervikt, exempelvis genetiska aspekter.

7.2.6 Kostrelaterade frågor

Som kost- och friskvårdsstudenter kan vi nu efter undersökningen fundera kring hur vår utbildning har påverkat oss. Vi kan nog sanningsenligt säga att vi inte ser *Du är vad du äter* på samma sätt som tittarna i våra fokusgrupper. De resultat undersökningen genererat visar att tittare i större utsträckning reflekterar över hur personer i programmet betar sig och framställs, än över vilka kostrelaterade budskap som framförs och om dessa är baserade på vetenskaplig forskning. Med utgångspunkt i detta resonemang kan vi då fundera kring varför den här typen av program inte väcker så många frågor kring kost som vi från början trott. En anledning kan vara att dieterna i programmet är för avancerade vilket resulterar i att tittaren inte känner att de är hanterbara. På grund av detta provar denne inte dieterna och följaktligen så ställs inte heller några frågor kring dem. Vår tro om att stöta på kostrelaterade frågor som härrör ur olika typer av media stöds därmed inte av denna undersökning.

7.2.7 Förslag till vidare forskning

Då vi i resultatet presenterat fokusgrupperna som en helhet och inte jämfört grupperna med varandra skulle det vara intressant att genomföra en studie där mer hänsyn tas till gruppernas interaktion och dynamik. Det hade då varit spännande att studera homogena grupper och jämföra dessa utifrån olika socioekonomiska variabler.

Ett program som nämnts under ett flertal tillfällen i de olika fokusgrupperna är *Toppform*. Vi har under studiens gång funderat på hur det hade varit att jämföra program med olika inriktningar och se hur tittaren reflekterar över dessa.

Eftersom programledaren Anna Skippers utbildningar inte nämns i programmet och inte heller på programmets hemsida hade det varit intressant att granska huruvida informationen hon förmedlar är vetenskapligt förankrad. En annan aspekt att undersöka grundat på deltagarnas ifrågasättande av programmets sanningshalt kan vara att se om programmets deltagare lyckats bibehålla sin vikt även efter programmet.

8. Referenslista

- Andersson, A., Becker, W., Hagren, B. & Håglin, L. (2006). Kost och hälsa i Sverige och världen. Ingår i: L. Abrahamsson, A. Andersson, W. Becker & G. Nilsson (Red.), *Näringslära för högskolan* (ss. 29-57). Stockholm: Liber.
- Andersson, J-O. (2004). *Vad gick på TV 2003?*. Aftonbladet 2004-01-01. Hämtad 2007-05-15 från <http://www.aftonbladet.se/vss/noje/story/0,2789,412641,00.html>
- Asp, K. (1986). *Mäktiga massmedier – studier i politisk opinionsbildning*. Stockholm: Akademitratur.
- Beck, U. (1992). *Risk society: Towards a new modernity*. London: Sage.
- Bildtgård, T. (2002). *Hur maten blev en risk – Medicinens bidrag till regleringen av det svenska ättandet*. (Akademisk avhandling för filosofie doktorsexamen, Department of sociology, Uppsala universitet) Uppsala: Uppsala universitet.
- Björkegren, D. (1996). TV som företag . Ingår i: O. Hultén, H. Söndergaard & U. Carlsson (Red.), *Nordisk forskning om Public Service- Radio och TV i allmänhetens tjänst* (ss. 161-175). Göteborg: Göteborgs Universitet.
- Boyne, R. (2003). *Risk*. Buckingham: Open University Press.
- Dimbleby, R. & Burton, G. (1999). *Kommunikation är mer än ord*. Lund: Studentlitteratur.
- Elg, S. & Nilsson, V. (2005). *Toppform – på lika villkor?* (Examensarbete). Malmö: Malmö högskola, Konst, kultur och kommunikation.
- Falkheimer, J. (2001). *Medier och kommunikation*. Lund: Studentlitteratur.
- Gripsrud, J. (2002). *Mediekultur, mediesamhälle*. Göteborg: Bokförlaget Daidalos AB.
- Hadenius, S. & Weibull, L. (2005). *Massmedier - en bok om press, radio & TV*. Falun: Albert Bonniers förlag.
- Hylander, I. (2001). *Fokusgrupper som kvalitativ datainsamlingsmetod*. (FOG-rapport, 42) Linköping: Institutionen för beteendevetenskap. Hämtad 2007-02-21 från <https://polopoly.liu.se/content/1/c6/04/15/76/fograpp42.pdf>
- Jarlbro, G. (2004). *Hälsokommunikation – en introduktion*. Lund: Studentlitteratur.
- Johansson, T. (2006). *Makeovermani*. Stockholm: Bokförlaget Natur och Kultur.
- Kvale, S. (1997). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Lund: Studentlitteratur.
- Larsson, I., Magnusson, M. & Rothenberg, E. (2006). Lagg ner Du är vad du äter. *Göteborgsposten* 2006-09-29. Hämtad 2007-05-12 från <http://www.gp.se/gp/jsp/Crosslink.jsp?d=109&a=299281>

Levande Föda Kur och kursgård Väddö AB. (2007). *Levande föda*. Hämtad 2007-05-12 från <http://www.levandefoda.se/infolevandefoda.htm>

Lindström, H. (2006). *Äckel, empati och efterapning - En kvalitativ undersökning om människors meningsskapande utifrån inre förändringsprogram på TV*. (C-uppsats, fördjupningskurs). Göteborg: Göteborgs Universitet, Institutionen för journalistik och masskommunikation.

McKeith, G. (2007). *You are what you eat*. Hämtad 2007-04-23 från <http://www.drgillianmckeith.com/tv-mid2.php>

Nationalencyklopedin. (2007). *BMI*. Hämtad 2007-05-16 från http://www.ne.se/jsp/search/article.jsp?i_art_id=131758&i_word=bmi

Nationalencyklopedin. (2007). *Dokusåpa*. Hämtad 2007-05-16 från http://www.ne.se/jsp/search/search.jsp?h_search_mode=simple&h_advanced_search=false&t_word=dokus%E5pa

Nationalencyklopedin. (2007). *TV4*. Hämtad 2007-05-12 från http://www.ne.se.ezproxy.ub.gu.se/jsp/search/article.jsp?i_art_id=333539

Patel, R. & Davidson, B. (2003). *Forskningsmetodikens grunder*. Lund: Studentlitteratur.

Sandberg, H. (2004). *Medier & fetma – en analys av vikt* (Akademisk avhandling för filosofie doktorexamen, Lund Studies in media and communication, nr 8). Lund: Lunds Universitet, Sociologiska institutionen.

Skipper, A. (2007). *Skippers – Du är vad du äter*. Hämtad 2007-05-16 från <http://www.annaskipper.se/>

Statens folkhälsoinstitut. (2007). *Målområde 10: Goda matvanor och säkra livsmedel*. Hämtad 2007-05-02 från http://www.fhi.se/templates/Page_____128.aspx

Svederberg, E. & Svensson, L. (2001). Ett folkhälsopedagogiskt synsätt. Ingår i: E. Svederberg, L. Svensson & T. Kindeberg (Red.), *Pedagogik i hälsofrämjande arbete* (ss. 17-34). Lund: Studentlitteratur.

TV3. (2007). *Du är vad du äter*. Hämtad 2007-04-23 från http://www.tv3.se/index.php?option=com_content&task=blogcategory&id=0&Itemid=1175

Wibeck, V. (2000). *Fokusgrupper - Om fokuserade gruppintervjuer som undersökningsmetod*. Lund: Studentlitteratur.

Lägg ner Du är vad du äter

Göteborgsposten 2006-09-29

Tv-programmet Du är vad du äter sprider fördomar och förmedlar en allt annat än hälsofrämjande syn på mat och ätande. Lägg ned programmet, kräver tre dietister.

Viktninskning står i centrum i TV3-programmet Du är vad du äter, som är ett av flera aktuella "livsstilsprogram". Programmet har fått en oerhörd genomslagskraft samtidigt som en ytterst diskutabel människosyn som leder till att fördomar förstärks och sprids.

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.

Skräpmat

Om vi är vad vi äter - vad är då den som lever på så kallad skräpmat? Programledaren mer än antyder att personen är skräp själv. Vad är en människa som av ekonomiska eller praktiska skäl lever på näringsmässigt undermålig mat? Blir den människa som har resurser att välja bättre mat också en bättre människa?

Uttrycket "Der Mensch ist was er isst" (Människan är vad hon äter) tillskrivs filosofen Feuerbach som levde på 1800-talet. Det användes för att understryka att människans kosthållning visar hennes sociala rang och i vilken kultur hon lever.

I denna förståelse av uttrycket kan det stämma att man kan gissa en del om en människas vanor och intressen genom att se hennes inköpslista av mat, men om tror att man därigenom vet vad hon är så har man hemfallit åt en reduktionistisk och torftig människosyn.

Deltagarna utsätts under en timmes tv-sändning för råd vars primära syfte är att medföra viktninskning. Dramaturgin följer en viss mall: tittaren får bekanta sig med deltagaren när hon/han vråker i sig mat, oftast iklädd i för små kläder, så att fetman exponeras i all sin nakenhet. Budskapet är enkelt: fetma och överätande är vämjeligt och äckligt.

Då gör programledaren entré. Hon går igenom deltagarens matförråd och slänger ut livsmedel efter livsmedel, med mer eller mindre grundlösa motiveringar och gärna med hotfulla förstärkningar som "självmordskost" och "ger du dina barn att äta detta?"

Till slut visas deltagaren helt perplex, gråtfärdig, villrådig och förminskad till ett litet barn som tittarna ska förstå, inte vet sitt eget bästa.

Därefter visas deltagarens totala intag av mat och dryck under en vecka. Programledaren fortsätter orera över deltagarens matvanor som om hon/han vore dum, karaktärs- och ansvarslös inför sin egen hälsa. Vanliga fördomar om personer med övervikt och fetma förstärks och sprids här på bästa sändningstid.

Programledaren introducerar sedan "den nya maten" som först och främst skall leda till viktninskning men som också tillskrivs fysiologiska effekter som är rena falsarier. Hon försöker behandla medicinska åkommor med produkter som inte har någon dokumenterad farmakologisk eller icke-farmakologisk effekt vid det aktuella tillståndet.

Några exempel är att alger uppges vara avgiftande och att tofu är kolesterolsänkande.

Ingen dokumenterad effekt

Deltagare utsätts också för olika "behandlings" till exempel "rensa ut gifter" ur kroppen. Behandlingar som inte har någon som helst dokumenterad effekt.

Under de åtta veckor deltagarna har till sitt förfogande minskar de i vikt för att de äter mindre mängd energi (kalorier) och förbrukar mer genom ökad fysisk aktivitet, inget annat.

Är det viktigt att veta varför man minskar i vikt med en speciell kosthållning?

Nej, för den enskilda personen med fetma spelar det egentligen ingen roll varför heller hur hon/han minskar i vikt utan bara att hon gör det.

Ja, för om man vill ändra matvanor och behålla dem måste man förstå praktiskt vilka livsmedel man kan äta, hur de smakar, hur de kan kombineras och hur de kan tillagas. Vi måste också förstå mekanismerna bakom den viktminskningsbehandling som föreskrivs, så att vi kan ta reda på varför, när den inte fungerar.

Det är också viktigt att myter, tyckande och troende om mat och medicin inte sprids som om de vore fakta.

Vetenskaplig grund

Den nutritionsbehandling av fetma som sker inom ramen för medicinsk behandling vilar på en grund av vetenskap och beprövad erfarenhet. En grund som helt saknas i Du är vad du äter. Vad som är om möjligt ännu värre är avsaknaden av respekt och värdigt bemötande av deltagarna.

Programmet är ett av flera program med icke-professionella programledare som sprider osanningar om mat, ätande och viktminskning, och som förstärker fördomar om den till antalet största och mest sårbara patientgruppen i Sverige i dag - de med övervikt och fetma.

Den Hippokratiska eden: "Aldrig skada, om möjligt bota, ofta lindra, alltid trösta" ligger till grund för hur vi behandlar sjuka människor. Program i likhet med Du är vad du äter är så totalt i avsaknad av detta synsätt och bör strykas från programtablåerna.

För Dietisternas riksförbund

Ingrid Larsson
klinisk näringsfysiolog
med dr obesitasmottagningen
Sahlgrenska universitetssjukhuset

Maria Magnusson
leg sjuksköterska, dietist
Angereds vårdcentral
och folkhälsoprojektet Jämvikt

Elisabet Rothenberg
chefsdietist
med dr sektionen för klinisk nutrition
Sahlgrenska universitetssjukhuset

Intervjuguide

- Spontana reaktioner? (efter programmet)
- Vad tycker ni om programidén?
- Vad tycker ni om deltagarna?
- Vad tycker ni om Anna Skipper?
- Hur är metoderna för att få tjejerna att gå ner i vikt?
- Vad tycker ni om den fysiska aktiviteten? brottningen, cyklingen
- Vad tycker ni om maten?, levande föda
- Blev ni inspirerade av något i programmet?
- Reagerade ni negativt på något i programmet?
- Påminner detta avsnitt om något tidigare avsnitt ni har sett?
Likheter/skillnader?
- Är metoderna något ni skulle kunna tänka er att använda privat?
- Avslutningsvis: ert helhetsintryck av programmet Du är vad du äter?

Ser du tv-programmet
”Du är vad du äter?”

Är du intresserad av att delta i en
fokusgruppintervju där programmet visas och
diskuteras?

Intervjuer kommer att äga rum på Pedagoger, Göteborgs
Universitet, vid Grönsakstorget.

Det finns tre olika tillfällen att välja mellan och du väljer
det tillfälle som passar dig bäst

Tisdagen den 3:e april kl 18-20
Tisdagen den 10:e april kl 19-21
Torsdagen den 12:e april kl 18-20

Vi bjuder på fika och ersätter dig för kollektivtrafikresan
till och från Pedagoger.

Anmälan sker via mejl eller per telefon till Åsa eller Emma
(studenter vid Göteborgs Universitet)

Åsa: 0704-30 88 22 guslasa22@student.gu.se

Emma: 0735-25 30 38 (efter kl 18) gusjemma02@student.gu.se