

GÖTEBORGS UNIVERSITET
Institutionen för svenska språket

Upplevelser av texter

En receptionsstudie av fem texter om mensvärk

Felicia Lallo

Specialarbete, SPK160 15 hp
Språkkonsultprogrammet
Vårterminen 2019
Handledare: Susanna Karlsson

Sammandrag

I ett samhälle där skrivande får mer och mer utrymme är det viktigt att undersöka hur mottagaren uppfattar och tolkar texter. I den här undersökningen studeras upplevelser av texter. Materialet består av fem texter om mensvärk från olika avsändare som analyseras utifrån röst, läsbarhet och modelläsare. Undersökningens metod är både kvantitativ och kvalitativ. För att undersöka hur de olika texterna upplevs genomförs en receptionsstudie i form av en enkätundersökning. Svaren på enkätundersökningen diskuteras i förhållande till den analys som gjorts av texterna.

Resultatet av undersökningen visar att texterna upplevs på olika sätt, trots att de handlar om samma ämne. Det som främst skiljer texterna åt är vilken ålder de uppfattas vara användbara för. En likhet mellan hur texterna uppfattas är vem texten tros vara riktad till. Även skillnaderna mellan hur texterna från offentliga och privata aktörer upplevs är relevant att diskutera. En majoritet av informanterna uttrycker att de skulle vända sig till en offentlig aktör för att få information om mensvärk. Men när de får läsa en av texterna utan att veta dess avsändare är det ungefär lika många som skulle kunna rekommendera texterna från privata aktörer som offentliga aktörer till någon som har mensvärk, vilket betyder att texterna uppfattas lika varandra i det avseendet.

Nyckelord: *mottagaranpassning, receptionsstudie, röst, målgrupp, modelläsare, LIX*

Innehållsförteckning

1.	Inledning.....	1
2.	Syfte och frågeställning.....	1
3.	Tidigare forskning.....	1
4.	Teori.....	2
5.	Metod.....	3
5.1.	Textanalys.....	4
5.2.	Enkätundersökning.....	5
5.2.1.	Konstruerad lässituation.....	6
5.2.2.	Metoddiskussion.....	6
6.	Material.....	7
6.1.	Urval och karaktäristik.....	7
6.1.1.	1177 Vårdguiden.....	8
6.1.2.	Umo.....	9
6.1.3.	Libresse.....	9
6.1.4.	Apoteket.....	10
6.1.5.	På blodigt allvar.....	11
6.2.	Modellläsaren i texterna.....	11
6.3.	Läsbarhetsindex i texterna.....	12
7.	Resultat och analys.....	13
7.1.	Bakgrundsinformation.....	13
7.2.	Upplevelse av texterna.....	15
8.	Avslutning.....	24
8.1.	Diskussion och slutsats.....	24
8.1.1.	Röst.....	24
8.1.2.	Läsbarhetsindex.....	26
8.1.3.	Modellläsare.....	26
8.2.	Utblick.....	28
9.	Litteratur- och materialförteckning.....	30
9.1.	Litteratur.....	30
9.2.	Material.....	31

10. Bilaga 1 – Enkätfrågor	32
11. Bilaga 2 – 1177 Vårdguiden.....	36
12. Bilaga 3 – Umo	39
13. Bilaga 4 – Libresse.....	41
14. Bilaga 5 – Apoteket.....	43
15. Bilaga 6 – På blodigt allvar	45

Tabellförteckning

Tabell 1. Läsbarhetsindex i texterna	13
Tabell 2. Upplever du att den här texten riktar sig till dig?	15
Tabell 3. Tycker du att texten är.....	17
Tabell 4. Vem tror du är avsändare till den här texten?.....	20
Tabell 5. Litar du på det som står i texten?.....	21
Tabell 6. Tycker du att vissa delar av texten är mer tillförlitliga än andra?	22
Tabell 7. Skulle du rekommendera den här texten till en person som har mensvärk?	23

Figurförteckning

Figur 1. Andel informanter per text.....	14
Figur 2. Vilka kan använda den här texten?	16
Figur 3. Vilka tror du ingår i textens målgrupp?	18
Figur 4. Vem tror du att texten är tänkt att rikta sig till?	19

1. Inledning

Det skrivna ordet blir allt viktigare. Sedan 2009 har Sverige en språklag som bland annat styr att språket i offentlig verksamhet ska vara vårdat, enkelt och begripligt. Men även för privata företag är en medveten kommunikationsstrategi något som det läggs allt mer tyngd vid, inte minst på sociala medier eller på företagets egen webbplats. Och en lyckad text handlar om mer än bara grammatisk korrekthet. Det handlar även om att anpassa texten utifrån sådant som kontext, syfte och mottagare.

Det finns flera olika yrkesgrupper som arbetar med texter och kommunikation på olika sätt: kommunikatörer, copywriters, UX-skribenter och språkkonsulter är bara några exempel. Med så många olika slags texter och skribenter är det viktigt med undersökningar om hur läsaren av texterna uppfattar skribentens ansträngningar. Om man utgår från en skribent som skriver en text med en läsare i en specifik ålder i åtanke, vad tycker då en person i den åldern om texten? Vad tycker personer som är äldre eller yngre? Samma frågor kan även ställas utifrån andra faktorer än ålder. För en språkkonsult är det av intresse att få veta vilka effekter en text har på läsaren och hur olika texter upplevs. Det är grunden för denna undersökning.

2. Syfte och frågeställning

Syftet med denna undersökning är att undersöka upplevelsen av fem olika texter om mensvärk från olika avsändare. Undersökningen utgår från frågeställningen: Hur upplevs fem texter om mensvärk av läsarna?

3. Tidigare forskning

Genom kunskap om en texts mottagare kan skribenter anpassa texten för att få den att nå fram till mottagaren bättre. I en undersökning av myndigheters skriftliga

kommunikation skriver Nyström Höög m.fl. (2012) att de flesta tidigare undersökningar av det slaget är textcentrerade. Det finns relativt få studier av kommunikation sett till produktion eller mottagande (2012:30). Därmed finns det inte mycket tidigare forskning som denna studie kan anknyta till, men det finns närliggande områden som det forskats inom. Framförallt finns det forskning om mottagaranpassning som gjorts utifrån just textanalys men även ett fåtal studier av mottagandet, också kallat receptionen, av texter.

Zart (2015) undersöker mottagaranpassning, begriplighet och trovärdighet i olika webbtexter som handlar om hjärtfelet VSD. I undersökningen används metoden multimodal textanalys, en metod för att analysera både språkligt och visuellt innehåll. Zart undersöker texternas mottagaranpassning genom att bland annat titta på tilltal, syfte och tänkt mottagare. Resultatet skiljer sig åt för de olika texterna men för just mottagaranpassningen vänder sig texterna antingen till bara en av de tänkta mottagarna eller saknar helt tilltal till läsaren (Zart 2015:24). Josephson (2005) hävdar enligt Zart (2015:6) att analys av mottagaranpassning och studier om texten följer genrens krav krävs för att kunna säga om en text svarar väl mot sitt syfte.

Hellspong och Ledin skriver om en mottagarorienterad tolkning av texter, vilken tar fasta på användarna och deras reception. För en sådan tolkning utgår de från frågan: "Hur uppfattas texten av en viss läsare eller (oftast) en viss läsargrupp?" (1997:222). För att undersöka en mottagarorienterad tolkning kan en receptionsstudie användas (1997:223). Ofta görs receptionsstudier genom intervjuer, och de kan genomföras av forskare såväl som avsändaren, som är ekonomiskt beroende av att texterna den sänder ut får rätt verkan på sin publik (1997:223). Denna typ av studie nämns även av Larsson (2014), då kallad receptionsanalys. Han beskriver receptionsanalys som studier av individers tolkning av en text och jämför tolkningen med innehållets struktur (Larsson 2014:54).

4. Teori

Skrivforskning är ett väl undersökt område. Man har gjort undersökningar ur olika perspektiv och undersökt såväl skribenter och läsare som själva texten. Denna

undersökning faller under det fält som Hyland (2015) kallar läsarorienterade teorier. En återkommande aspekt inom läsarorienterad forskning är teorin om att texter har två mottagare, varav en är en faktisk person och en är en språklig instans i texten.

Inom läsarorienterad skrivforskning ses skrivande bland annat som en social interaktion (Hyland 2015:22). Med det menar Hyland att skrivandet inte enbart handlar om skribenten, utan även om de val som skribenten gör utifrån vad den potentiella mottagaren har för intressen, förståelse och behov (2015:22). Genom detta sätt att se på skrivande skapas två mottagare: dels en mottagare som är en faktisk person, dels en mottagare som i själva verket är något skribenten föreställer sig och skapar genom sina språkliga val (Hyland 2015:23).

Att dela upp mottagare i en verklig person och en imaginär person på detta sätt är återkommande inom skrivforskning. Hellspong och Ledin skriver om texters yttre och inre situationer, där den yttre situationen innefattar textens verkliga sändare och mottagare samt deras relation. Den inre situationen handlar om tänkta eller inskrivna sändare och förutsatta eller föreskrivna mottagare (1997:172). I en beskrivning av tilltal och omtal i annonser skriver Hellspong och Ledin (1997:173) att läsaren genom tilltal placeras i en lämplig mottagarroll, och hen tillskrivs en identitet som passar annonsens syfte. Tilltal signalerar ofta förtroende mellan sändare och mottagare (1997:173).

Även Björkvall (2003) diskuterar mottagarens dubbla roller, och kallar dem empirisk läsare och modellläsare. Den faktiska personen som läser texten är en empirisk läsare medan modellläsaren är en inbyggd instans i texten (2003:25). Genom statistik om den empiriska läsaren kan skribenter ta fram en målgrupp för sin text. En målgrupp är de personer som en text är tänkt att rikta sig till. Ofta utgörs den av demografiska faktorer som kön eller ålder. Modellläsaren är den identitet som empiriska läsare har att förhålla sig till när de läser texter (Björkvall 2003:27).

5. Metod

För undersökningen används en blandning av kvantitativa och kvalitativa metoder. Undersökningen består av två delar, varav en är en textanalys av de fem texter som

utgör materialet och den andra är en enkätundersökning där läsare får svara på frågor om den text de har läst. Svaren på enkätundersökningen diskuteras i förhållande till det textanalysen resulterat i. Textanalysen presenteras i avsnitt 6.

5.1. Textanalys

Ett sätt att mottagaranpassa texter är att fundera över vilken språklig nivå texten bör ha. Det kan även handla om aspekter som huruvida det finns en närvarande författarröst eller inte.

Läsbarhetsindex (LIX) är ett sätt att mäta hur lättläst en text är. Texter som får ett värde på 30 eller lägre räknas som mycket lättlästa, ungefär som barnböcker. 30–40 motsvarar lättläst, som skönlitteratur och populärtidningar. 40–50 motsvarar medelsvår, som normal tidningstext. Högre värden motsvarar svår eller mycket svår text (LIX [www]). Josephson (2005) hävdar enligt Zart (2015:5) att med hjälp av LIX-test undersöks enbart ord och stil i texter. Därför kan det behöva kompletteras med andra tester eller analysmetoder för att kunna säga mer om texten, vilket är varför jag för den här undersökningen utöver LIX även utgår från *rösten* i texterna.

Reichenberg (2005:48) har undersökt hur tillförande av *röst* och *kausalitet* påverkar elevers förståelse av lärobokstexter. Att tillföra *röst* i en text handlar om att låta författaren till texten träda fram och skapa en närhet till läsaren. Texten ska vara skriven i aktiv form, använda talspråkliga uttryck och direkt tilltal. *Kausalitet* handlar om att beskriva orsakssamband, ge svar på ställen i texten där läsaren kan undra ”varför?” och förklara eller undvika användandet av svåra ord. Med sin undersökning visar Reichenberg att genom att tillföra texter *röst* och *kausalitet* blir texterna lättare att förstå (2005:45).

För denna undersökning används texternas LIX för att säga något om den språkliga nivån i texterna. Dessutom görs en analys av texternas *röst* genom att jag ser närmare på bruket av aktivt språk, talspråkliga uttryck och direkt tilltal. Jag har valt att inte se på bruket av *kausalitet* i texterna, eftersom jag främst är ute efter att undersöka läsarens upplevelse av texten utifrån dess relation till avsändaren, inte dess förståelse av innehållet. Genom kunskap om texternas avsändare och bruket av tilltal blir det även möjligt att säga något om varje texts modelläsare. Denna textanalys av *röst* och

läsbarhet är tillsammans med teorin om modellläsare det redskap som används för att diskutera enkätundersökningens resultat.

5.2. Enkätundersökning

Sammanlagt består enkäten av 15 frågor (se bilaga 1). De första fyra frågorna går ut på att samla in bakgrundsinformation om informanterna, till exempel ålder och kön. De får också fylla i vart de skulle vända sig för att få information om mensvärk: Till en offentlig aktör, till exempel en rådgivande myndighet eller organisation knuten till offentlig sjukvård; ett privat företag, till exempel en tillverkare av mensskydd eller en intresseorganisation, till exempel en organisation som bildar opinion kring mensvärk och mensproblem.

För att fördela informanterna mellan de fem olika texterna får de välja en av färgerna svart, orange, lila, grön eller blå. Färgerna presenteras i slumpmässig ordning och varje färg leder till en av texterna. Informanten behöver trycka på en länk för att visa texten i en ny flik och därefter svara på frågor om sin upplevelse av texten. Anledningen till att de får läsa en text och inte flera eller alla är att undersökningen inte handlar om att de ska jämföra hur de uppfattar de olika texterna utan svara enbart utifrån den text de får läsa.

Frågorna handlar om informanternas upplevelse av sådant som textens innehåll, målgrupp och om de kan tänka sig att rekommendera den. I en fråga med syftet att undersöka informanternas attityd till den text de läst får informanterna ta ställning till 16 olika ord och svara utifrån alternativen *håller med*, *håller delvis med* och *håller inte med*. Orden som informanterna tar ställning till har valts för att de gör en värdering av olika aspekter som kan skilja sig åt mellan texterna, till exempel om en text upplevs som tydlig, rolig och formell.

I enkätundersökningar är det fördelaktigt att undvika ledande frågor, eftersom dessa kan ha en inverkan på hur informanterna svarar (Norrby och Nilsson 2015:44). Jag har försökt ställa frågor om själva texten och inte dess ämne eller innehåll men det går inte att kontrollera hur informanterna uppfattar frågorna.

5.2.1. Konstruerad lässituation

Texterna har manipulerats så att all visuell design är borttagen och de följer samma grafiska utseende gällande rubrik, ingress, underrubriker och brödtext. Texterna visas inte som de ser ut på avsändarens webbplats, eftersom undersökningen går ut på att få veta informanternas tankar om texten och inte andra aspekter som bilder och layout. Inte heller finns avsändarens logotyp med eftersom det i så fall skulle finnas en risk att informanternas uppfattning om varumärket, snarare än själva texten, påverkar hur de svarar. Även hyperlänkar och delar av texten som kan avslöja avsändaren är borttagna. Till exempel fanns det i texten från 1177 Vårdguiden länkar med hänvisning till att logga in på deras webbplats.

Texterna är hämtade från en sidvy och innehåller därför inte exakt jämförbar information. Till exempel har 1177 Vårdguiden en sida om mensvärk, men webbplatsen i stort innehåller information om flera andra sjukdomar och besvär. På blodigt allvar är däremot en webbplats som enbart handlar om mens och mensproblem, och där finns det inte bara en sida text om mensvärk utan flera.

För undersökningen är texterna också tagna ur sitt sammanhang. I en autentisk lässituation är det troligt att en besökare på webbplatsen inte läser hela texten utan letar efter specifik information, vilket inte var fallet för denna undersökning där informanterna ombads att läsa hela texten.

5.2.2. Metoddiskussion

Receptionsstudier genomförs vanligtvis med hjälp av intervjuer. Vid en intervju finns möjligheten att ställa följdfrågor och informanterna har även möjlighet att ställa frågor om de har svårt att tolka den fråga som ställts. Dessa möjligheter saknas vid en enkätundersökning. Däremot har enkätundersökningar fördelen att många svar kan samlas in under kort tid, vilket skapar ett större underlag och ger bättre förutsättningar för kvantitativa undersökningar.

För att sprida enkäten har jag använt ett nätverksurval (Norrby och Nilsson 2015:44) genom att enkäten delats på sociala medier och ett antal basrespondenter har ombetts att dela den vidare. Det gör att många kan nås av enkäten på kort tid, men gör

det också svårare att kontrollera att fördelningen i åldrar och mellan texterna hålls jämn. Det är önskvärt att fördelningen mellan de olika texterna blir så jämn som möjligt, för att kunna jämföra resultatet. Att jag använder färger för att dela upp så att informanterna läser en av de fem texterna är inte helt oproblematiskt, då det inte är en garanti för att det blir en slumpmässig och jämn fördelning av texterna. Detta försökte jag motverka genom att slumpa i vilken ordning färgerna presenterades.

Trots att texterna anonymiserats kan jag inte kontrollera om informanterna känner igen texten från att ha läst den tidigare. Det kan också vara så att de känner igen eller kan gissa vem avsändaren är, vilket kan göra att deras svar inte handlar om själva texten utan blir präglade av deras uppfattning om avsändaren. Det går inte heller att veta om de läser hela texten eller inte.

Min undersökning handlar om mottagaranpassning, men enkäten kan uppfattas som om den handlar om mensvärk. Det finns en risk att personer som är antingen språkintresserade och/eller tycker att mensvärk är ett intressant ämne är extra benägna att svara på enkäten. Det finns även många som nåtts av enkäten som valt att inte svara, och jag vet inte om resultatet vore helt annorlunda om dessa hade svarat på enkäten.

6. Material

Materialet för den här uppsatsen består av fem olika texter. Texterna handlar om mensvärk, de har hämtats från olika webbplatser och har olika avsändare samt till viss del olika målgrupper. I detta avsnitt presenteras och karaktäriseras texterna. Karaktäriseringen bygger på information om avsändarna och en textanalys av texternas röst. Därefter sammanfattar jag texternas modelläsare och sammanställer deras läsbarhetsindex.

6.1. Urval och karaktäristik

För att undersöka hur texter upplevs behöver jag olika texter som kan bedömas både av personer som ingår i textens målgrupp och personer som inte gör det. Mensvärk är

ett ämne som främst berör personer som själva har mens, men även andra kan söka information om mensvärk för att lära sig mer om det som fenomen och hur de kan hjälpa närstående.

Texterna kommer från både statliga och kommersiella aktörer. Det innebär en skillnad i att vissa texter avser att informera och andra av allt att döma även har ett syfte att sälja. Texterna kommer från avsändarna 1177 Vårdguiden, Umo, Libresse, Apoteket och På blodigt allvar (se bilaga 2–6). Nedan presenteras texterna och karaktäriseras utifrån avsändare och röst.

6.1.1. 1177 Vårdguiden

1177 Vårdguiden bedrivs gemensamt av Sveriges regioner och är hela Sveriges sjukvårdsrådgivning. De bedriver rådgivning via telefon och på sin webbplats. Texten kommer från webbplatsen, har rubriken ”Mensvärk” och tar upp flera aspekter som är relaterade till mensvärk: symptom, hur man kan behandla det själv, när det är läge att söka vård, behandling och vad som händer i kroppen när man har mensvärk. Den består av 625 ord och är den längsta i undersökningen. Den är manipulerad genom att jag har tagit bort två meningar där de länkar till andra sidor på 1177. På webbsidan finns länkar till olika delar av texten utifrån de olika rubrikerna, så det är troligt att en besökare på webbsidan inte läser hela texten utan använder rubrikerna för att leta efter specifik information. 1177 Vårdguiden har som funktion att beskriva och ge råd om olika sjukdomar och besvär. De kan hjälpa till att avgöra om man ska besöka sjukvården eller behandla sjukdomen eller besväret själv och i så fall hur.

Texten från 1177 Vårdguiden är skriven med ett direkt tilltal till läsaren. Den vänder sig till läsaren genom att skriva *du* och rubrikerna är skrivna som frågor med pronomenet *jag*, som om det är textens du som ställer frågan. Du-tilltalet vänder sig till en person med mensvärk, vilket kan göra att till exempel en förälder till ett barn som har mensvärk (eller annan anhörig) inte upplever en direkt relation till texten. Texten är skriven i aktiv form och ord som kan uppfattas som ovanliga förklaras, till exempel ”En läkare eller en fysioterapeut kan ge dig behandling med tens. Det är en smärtlindringsmetod som innebär att nerver under huden stimuleras av elektriska

strömmar, vilket leder till att kroppens arbetar för att minska smärtan”. Även andra möjliga orsaker till mensvärk, bland annat endometrios, förklaras.

6.1.2. Umo

Umo bedrivs av Sveriges regioners ungdomsmottagningar och har en uttalad målgrupp som är personer i åldrarna 13–25 år. Umo, förkortning för ungdomsmottagning, och har flera likheter med texten från 1177 Vårdguiden. 1177 Vårdguiden och Umo har samma skrivregler (1177 [www] a) fast Umo har även några fler regler (1177 [www] b, Umo [www]), eftersom de riktar sig till en smalare målgrupp. Umo har kärnvärdet ”Empowerment” och deras språk ska vara nära, tydligt och tillgängligt. Själva texten ”Mensvärk” innehåller information om vad mensvärk beror på, hur man kan behandla det själv och när det är läge att söka vård. De länkar också vidare till projektet På blodigt allvar. Texten består av 612 ord, vilket gör den till näst längst.

Läsaren tilltalas direkt genom användning av du-tilltal. Formuleringar som ”Att få ont när du har mens är vanligt, särskilt när du är ung” gör det också tydligt att läsaren förväntas vara en ung person som har mensvärk. I texten används ett aktivt språk och ord som kan anses inte ingå i talspråket förklaras, till exempel stolpiller. När det gäller beskrivning av andra orsaker till mensvärk, till exempel endometrios, hänvisas till 1177 Vårdguiden.

6.1.3. Libresse

Libresse är ett svenskt varumärke för mensskydd. På deras webbplats finns även information om mens samt ett forum och en menskalender. De är en kommersiell aktör och har därmed en önskan om att sälja sin produkt. Från deras webbplats har jag hämtat texten ”Varför kan man få menssmärtor?”. Trots att Libresse som varumärke vill sälja är det inte nödvändigtvis så att den här texten är menad att vara säljande, men den är ändå varumärkesbyggande. Texten är 432 ord lång.

Något som utmärker texten är den tydliga röst som finns närvarande. Fastän läsaren inte tilltalas direkt förutom i sista stycket, finns det många instanser där författaren träder fram och använder ett vardagligt språk, till exempel: ”Andra symtom är lös

avföring, huvudvärk och yrsel. Det är verkligen inte roligt.” Det är den enda text som hänvisar till externa källor men också den enda som kommer med tips som är uppenbart utan vetenskaplig grund: ”Glass kan också hjälpa. Inte på ett medicinskt sätt men bara för att du ska känna dig gladare!”. Det är också den enda text som uttryckligen använder ordet *kvinna* för personer som har mensvärk. Texten är skriven främst i aktiv form men med inslag av passiveringar, till exempel i meningen ”Hur stark denna mensvärk upplevs varierar från kvinna till kvinna”.

I stället för att skriva en medicinsk term och förklara den med hjälp av motsvarande uttryck i talspråk, står det talspråkliga uttrycket först följt av den medicinska termen. Exempel på detta är ”Värken beror huvudsakligen på att livmodern (uterus) drar ihop sig för att stöta ut livmoderslemhinnan.” och ”I ett fåtal fall kommer smärtsam mens, eller dysmenorré, att störa dig så mycket att du inte kan leva som vanligt.”

6.1.4. Apoteket

Apotekets webbplats består till största del av försäljning av produkter och dessa går att sortera efter olika kategorier. Till kategorin *värk* finns underkategorin *mensvärk*, och där kan man trycka på *läs mer* för att få fram en text om mensvärk. Fokus på sidan är främst olika smärtstillande läkemedel och varmvattenflaskor men det finns också en längre text som beskriver olika sätt att behandla mensvärk på. Fokus i texten ligger på information om olika mediciner men det finns även tips om värmedyna och att man ibland kan behöva söka hjälp från sjukvården. Både Apoteket och Libresse är kommersiella aktörer som önskar sälja men även har rent informerande delar på sin webbplats. Men trots att inte alla delar är direkt säljande bidrar de ändå till att bygga upp deras varumärke. Apotekets text består av 382 ord.

Till en början har texten en generell beskrivning av mensvärk och dess orsak, men i textens andra halva som innehåller information om olika inflammationsdämpande och smärtlindrande värktabletter finns ett direkt du-tilltal. Textens första halva kan därmed sägas ha ett bredare informerande syfte medan den andra halvan syftar till att ge personer med mensvärk information om olika mediciner eller metoder de kan använda, samt när de bör söka sjukvård. I texten står även att vissa kan få ont vid ägglossning. Texten är till störst del skriven i aktiv form men vissa meningar är

skrivna i passiv, till exempel ”Den är typen av tabletter anses minska sammandragningarna i livmodern och är därför lämpliga vid mensvärk”.

6.1.5. På blodigt allvar

På blodigt allvar är ett arvsfondsprojekt av föreningen Grrl Tech. Till skillnad från exempelvis 1177 Vårdguiden vars webbplats innehåller information om flera olika sjukdomar och besvär handlar På blodigt allvar enbart om mens och mensproblem. Därför finns inte heller en artikel om mensvärk utan flera. För min undersökning har jag utgått från texten ”Varför gör det ont?” som handlar om vad som händer i kroppen som orsakar mensvärk. Det finns andra artiklar om hur man kan behandla mensvärk som jag inte tagit med. Det gör att innehållet inte är strikt jämförbart med det i till exempel texten från 1177 Vårdguiden. Texten består av 297 ord vilket gör den till den kortaste av de undersökta texterna.

Ett utmärkande drag för den här texten är att det finns en kommunikationspartner till läsaren i och med användningen av vi-omtal: ”Här hjälper vi dig att få full koll på dina fysiska symptom!”. Läsaren tilltalas med du-tilltal och tillskrivs rollen som en person med mensvärk och som även kan ha ägglossningssmärta. Texten är i regel skriven i aktiv form med enstaka passiva verb, exempelvis ”När slemhinnan/mensblodet stöts ut så kan det göra ont”.

6.2. Modellläsaren i texterna

Genom den karaktärisering av texternas målgrupper och närvaro av röst som presenteras ovan går det även att säga något om varje texts modellläsare. Eftersom modellläsare konstrueras utifrån texters målgrupp (Björkvall 2003:27), går det därför att säga att de fem texter som används för den här undersökningen har en modellläsare som menstruerar och är i menstruerande ålder. För Libresses fall är det även uttryckligen kvinnor, medan resterande texter inte tillskriver modellläsaren ett kön. Detta syns bland annat genom att det i texten från 1177 Vårdguiden står att ”En del får endast lite värk medan andra får väldigt ont” jämfört med en motsvarande mening i texten från Libresse som lyder ”Hur stark denna mensvärk upplevs varierar från kvinna till kvinna”. Utmärkande för texten från Umo är att modellläsaren utöver att

vara menstruerande är en ung person som förväntas gå i skolan. I alla texter används i regel ett aktivt språk och talspråkliga uttryck, med ett fåtal undantag. På blodigt allvar är den enda avsändare som använder ett vi-omtal. På så vis blir de en inskriven sändare i texten (Hellspong och Ledin 1997:172).

I praktiken kan texterna även användas av personer runt den menstruerande, och dessa personer utgör då en sekundär målgrupp. Trots att alla texters modelläsare är en menstruerande person, skiljer de sig åt i vilken grad läsaren förväntas vara menstruerande. Texten från 1177 Vårdguiden innehåller flera garderingar, exempelvis genom användning av ordet *kan*. Texterna från Apoteket och från På blodigt allvar är inte lika garderingar, utan det finns en större förväntan på att den som läser texten också är den som menstruerar. Även texten från Libresse sticker ut i och med att den inte har ett lika framträdande du-tilltal, utan skriver att ”de flesta kvinnor” har mensvärk. Trots att det i texterna står att inte alla som har mens drabbas av mensvärk, skapas en modelläsare som har mensvärk och är i behov av olika sätt att lindra sin värk. Detta blir tydligt genom alla läsaren i alla texter tilltalas som *du*, och i texterna från 1177 Vårdguiden och Umo även som *jag* i underrubrikerna.

6.3. Läsbarhetsindex i texterna

I tabell 1 presenteras texternas LIX från mest till minst lättläst. Alla texterna förutom den från Apoteket räknas som mycket lättlästa eller lättlästa. Apotekets text räknas som medelsvår. LIX utgår från meningslängd och andel ord med fler än 6 bokstäver (LIX [www]). Därmed räknas till exempel ordet *menstruation* som svårare än *mens*. I regel skriver alla texter *mens*, men På blodigt allvar och Apoteket har på varsitt ställe i respektive text skrivit *menstruation* istället. Texterna från Apoteket och 1177 Vårdguiden är de enda texterna som skrivit ut namn på ingredienser till läkemedel som *paracetamol* och *ibuprofen*. För texten från Libresse har jag inte räknat med de två länkar som finns som referenser i slutet av texten, eftersom dessa inte kan anses säga något om läsbarheten.

Tabell 1. Läsbarhetsindex i texterna

Avsändare	LIX
Umo	28
På blodigt allvar	31
Libresse	35
1177 Vårdguiden	35
Apoteket	45

7. Resultat och analys

Sammanlagt svarade 157 personer på enkäten. Nedan presenteras och analyseras enkätens resultat utifrån bakgrundsinformation och därefter utifrån frågor gällande den text som informanterna har läst.

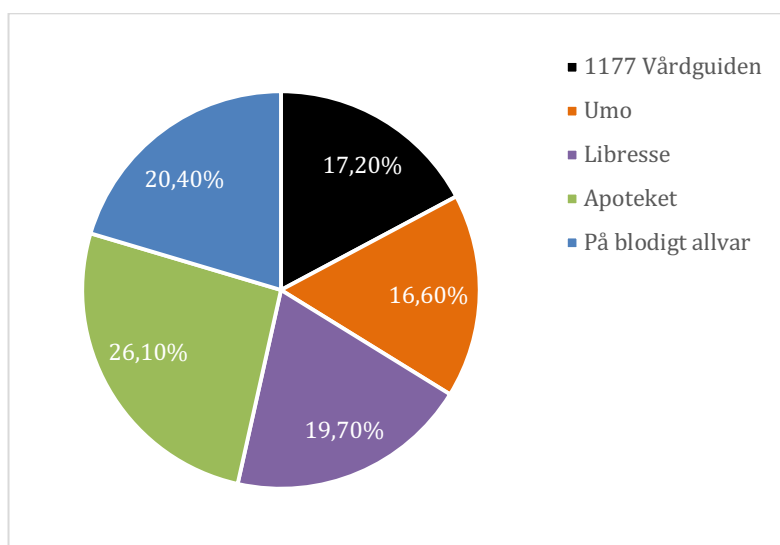
7.1. Bakgrundsinformation

Av de 157 informanterna är 149 kvinnor, sju män och en person har en annan könstillhörighet. En möjlig anledning till den ojämna fördelningen är att enkäten undersökte attityder till texter om mensvärk, ett ämne som kan intressera fler kvinnor än män. Sammanlagt svarade 61 personer i åldrarna 13–25 år, det vill säga personer som ingår i Umos målgrupp, och 96 personer i ålder 26 år eller äldre.

Bland frågorna om bakgrundsinformation om informanterna fanns en fråga om vart informanten i första hand skulle vända sig för att få information om mensvärk. 121 personer skulle i första hand vända sig till en offentlig aktör, till exempel en rådgivande myndighet eller organisation knuten till offentlig sjukvård, för att få information om mensvärk. 24 personer skulle vända sig till en intresseorganisation, till exempel en organisation som bildar opinion kring mensvärk och mensproblem. En person skulle välja att vända sig till ett privat företag, till exempel en tillverkare av mensskydd.

På den här frågan var det även möjligt att skriva ett eget svar, och bland de svarande som skrivit till exempel ”1177” har jag räknat dessa till de som svarat offentlig aktör. Sex personer skrev att de skulle göra en sökning på Google. Två personer skulle vända sig till sina vänner. Resterande kommentarer är: en Facebookgrupp, en homeopat och ”alla tre ovanstående”, det vill säga till både en offentlig aktör, ett privat företag och en intresseorganisation.

Den sista frågan om bakgrundsinformation handlar egentligen om att slussa ut informanterna till en av de fem olika texter som undersöks. I figur 1 visas hur många informanter som läst varje text. Apotekets text lästes av 41 personer och Umos text av 26 personer. Det innebär en skillnad på 15 personer mellan den mest respektive minst lästa texten, vilket kan bero på att användning av färger för att fördela informanterna mellan de olika texterna är inte en garanti för slumpmässig fördelning. Men procentuellt sett är fördelningen relativt jämn och därför redovisas och analyseras alla svar på frågorna baserat på procent.



Figur 1. Andel informanter per text

7.2. Upplevelse av texterna

I denna del redovisas resultaten för de olika frågorna. Resultaten presenteras i en tabell eller figur för varje fråga, och direkt under den aktuella tabellen eller figuren följer en analys av resultatet. I analysen jämför jag informanternas upplevelser av de olika texterna.

Upplever du att den här texten riktar sig till dig?

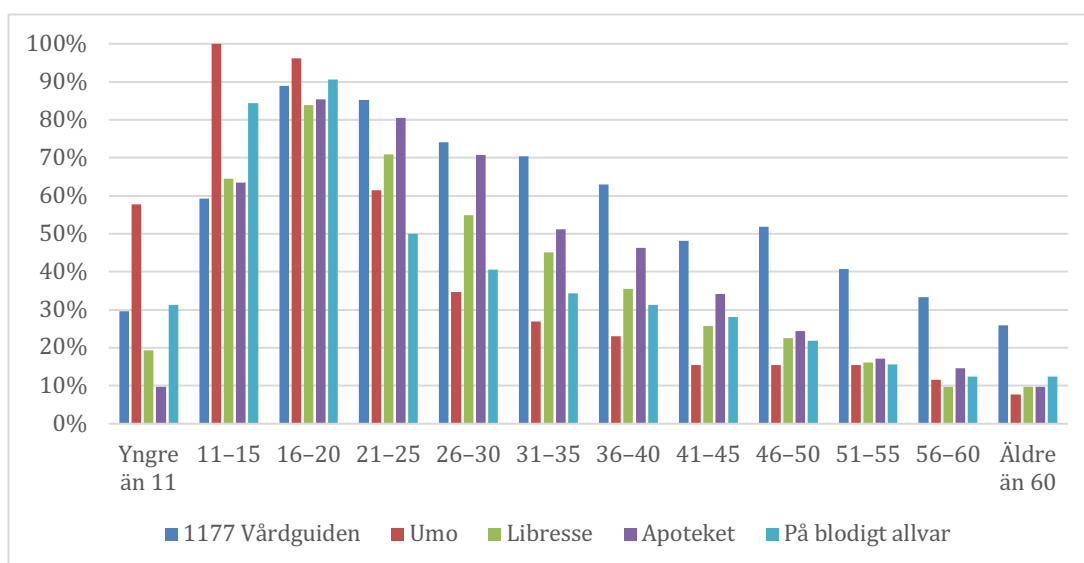
Tabell 2. Upplever du att den här texten riktar sig till dig?

Avsändare	Ja	Nej
1177 Vårdguiden	88,9 %	11,1 %
Umo	34,6 %	65,4 %
Libresse	58,1 %	41,9 %
Apoteket	65,9 %	34,1 %
På blodigt allvar	46,9 %	53,1 %

Den text som flest tycker riktar sig till dem själva är texten från 1177 Vårdguiden, där 88,9 % svarat ja. För texterna från Libresse och Apoteket har en majoritet upplevt att texten riktar sig till dem. Den text som færst upplever riktar sig till dem är texten från Umo där en minoritet svarat ja, närmare bestämt 34,6 %. Även för texten från På blodigt allvar har en minoritet av informanterna svarat ja, nämligen 46,9 %.

Bland de som läst texten från Umo och är i åldrarna 13–25, det vill säga ingår i Umos målgrupp, har 50 % svarat ja. Det innebär att 1177 Vårdguiden, som kan sägas ha alla i Sverige som målgrupp, också lyckats skriva en text som många upplever är riktad till dem. Detta i kontrast till Umo som har en smalare målgrupp och vars text en minoritet upplever är riktad till dem. Dock är det bara 50 % av de som är i rätt ålder för Umos målgrupp och som läst Umos text som upplever att den är riktad till dem, vilket innebär att Umos text inte lyckas fånga upp hela sin målgrupp. Detta kan förstås ha att göra med huruvida den informant som läst Umos text och är i rätt ålder för Umos målgrupp också kan identifiera sig med textens modelläsare eller inte, det vill säga huruvida hen är menstruerande eller inte.

Vilka kan använda den här texten?



Figur 2. Vilka kan använda den här texten?

För den här frågan fanns möjlighet att välja flera alternativ, och resultatet i figur 2 är i procent av informanternas svar för varje text.

Texten från 1177 Vårdguiden är i större utsträckning än de andra texterna användbar även för personer som är 31 år eller äldre. Eftersom 1177 Vårdguiden är hela Sveriges sjukvårdsrådgivning har de en bred målgrupp, och det är därför positivt att de lyckats nå ut till en äldre publik än övriga texter i undersökningen. Dock har de inte lyckats nå de två yngsta åldersspannen, vilket skulle kunna förklaras med att unga i första hand förväntas vända sig till Umo och inte 1177 Vårdguiden om de själva söker information på nätet.

Texten från Umo upplevs vara användbar framförallt för personer i åldrarna 11–15 år medan resterande texter upplevs vara användbara för personer som är 16–20 år. Umos faktiska målgrupp är personer i åldrarna 13–25 år och därför är det anmärkningsvärt att informanterna anser att det främst är personer i ålder 11–20 år som kan använda texten, och inte de som är 21–25 år fastän de också ingår i målgruppen. Informanterna upplever personer i rätt ålder för att ingå i Umos målgrupp, men ett snävare och yngre spann än den faktiska målgruppen.

10 % tycker att texten från Apoteket riktar sig till personer som är yngre än 11 år, vilket är lägst av alla texter. Förutom 1177 Vårdguiden är Apoteket den text som mest

verkar vara användbar, då den är näst högst i alla åldersspann bortsett från de yngsta. Förklaringen till att Apotekets text inte verkar användbar för yngre kan vara att den innehåller mer information om läkemedel än övriga texter.

Tycker du att texten är...

Tabell 3. Tycker du att texten är...

Tycker du att texten är...	1177 Vårdguiden			Umo			Libresse			Apoteket			På blodigt allvar		
	Håller med	Håller delvis	Håller inte med	Håller med	Håller delvis	Håller inte med	Håller med	Håller delvis	Håller inte med	Håller med	Håller delvis	Håller inte med	Håller med	Håller delvis	Håller inte med
Tydlig	63	37	0	88	12	0	71	29	0	54	41	5	63	31	6
Bra	59	37	4	62	38	0	42	52	6	46	39	15	41	50	9
Intressant	37	41	22	42	38	19	29	52	19	29	29	41	34	44	22
Personlig	11	22	67	15	38	46	35	35	29	5	5	90	13	34	53
Pålitlig	52	41	7	77	23	0	32	68	0	51	30	17	41	47	13
Rolig	0	0	100	4	4	92	3	32	65	2	0	98	3	9	88
Barnslig	4	11	85	0	46	54	16	29	55	5	22	73	22	38	41
Saklig	81	15	4	81	19	0	52	39	10	71	24	5	53	47	0
Säljande	7	7	85	0	15	85	3	42	55	7	29	63	0	19	81
Objektiv	52	37	11	77	15	8	42	39	19	49	37	15	47	38	16
Seriös	81	15	4	77	19	4	39	45	16	71	22	7	31	59	9
Neutral	56	33	11	65	31	4	35	35	29	46	37	17	59	38	3
Formell	44	37	19	42	42	15	13	45	42	49	37	15	13	50	38
Vardaglig	44	41	15	42	58	0	58	32	10	32	39	29	53	38	9
Konservativ	11	30	59	8	35	58	6	26	68	17	27	56	6	31	63
Inkluderande	37	59	4	31	62	8	29	42	29	29	51	20	47	44	9

För den här frågan presenterades svarsalternativen i slumpmässig ordning. Tabellen är i procent och har avrundats till heltal, vilket är varför det ibland inte går att addera till 100 %. Summan för huruvida Apotekets text är pålitlig eller inte avviker dessutom eftersom en informant kommenterat att hen har svårt att ta ställning till om texten är pålitlig eller inte, och hen har därför fyllt i ett svar hen inte håller med om. Därför har jag valt att inte räkna med den personens svar gällande om Apotekets text är pålitlig eller inte.

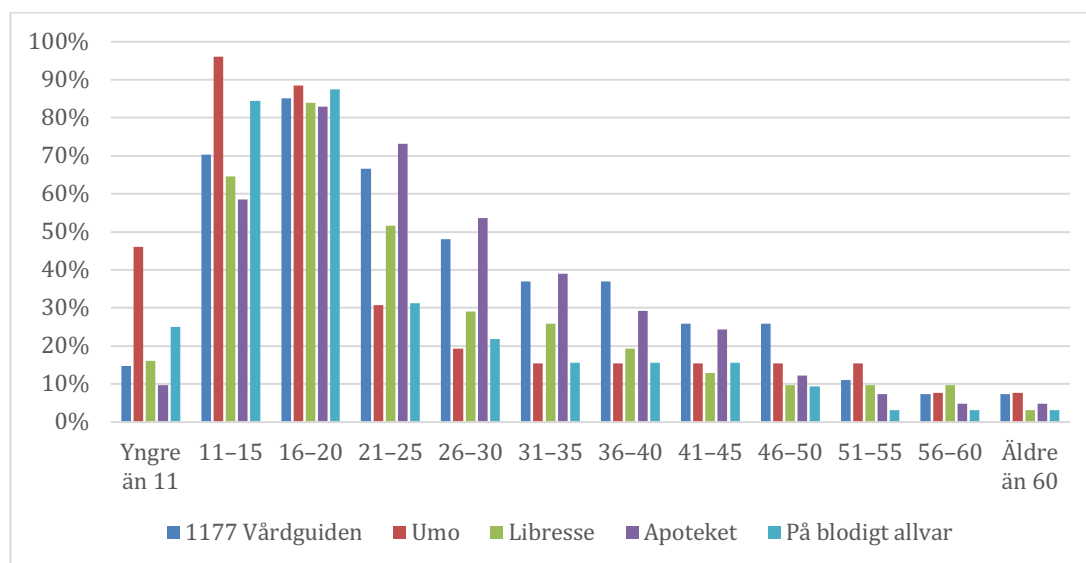
Av de undersökta texterna är texten från Umo den som flest tycker är tydlig, 88 %. De två texter som först tycker är tydliga är texterna från På blodigt allvar och Apoteket där även ett fåtal personer svarat att de inte håller med om att texten är tydlig.

Ingen av texterna har uppfattats som barnlig eller rolig. Texten från Libresse sticker ut i det att 32 % delvis håller med om att de uppfattar texten som rolig. Gällande huruvida texterna uppfattas som seriösa eller inte är texterna från Libresse och På blodigt allvar de som först håller med om är seriösa.

Både Apoteket och Libresse är privata aktörer med ett syfte att sälja. Det är därför intressant att ingen av deras texter uppfattas som uppenbart säljande, fastän 29 % respektive 42 % har svarat att de är delvis säljande. Texten från Apoteket är från ett privat företag, men har mer liknande resultat med de två texterna från offentliga aktörer (1177 Vårdguiden och Umo) än med den andra text som också kommer från en privat aktör (Libresse).

Gällande huruvida texterna är neutrala eller inte är det intressant att det är just texterna från Apoteket och Libresse som uppfattas som minst neutrala, med 17 % respektive 29 %. Det kan förklaras delvis eftersom Libresses text innehåller uppenbart värderande delar, men detsamma finns inte i texten från Apoteket. Däremot handlar Apotekets text till stor del om olika läkemedel och har inte lika mycket information om behandlingar som kan lindra mensvärk. Denna ojämna fördelning av innehåll kan förklara varför Apotekets text inte upplevs som neutral.

Vilka tror du ingår i textens målgrupp?

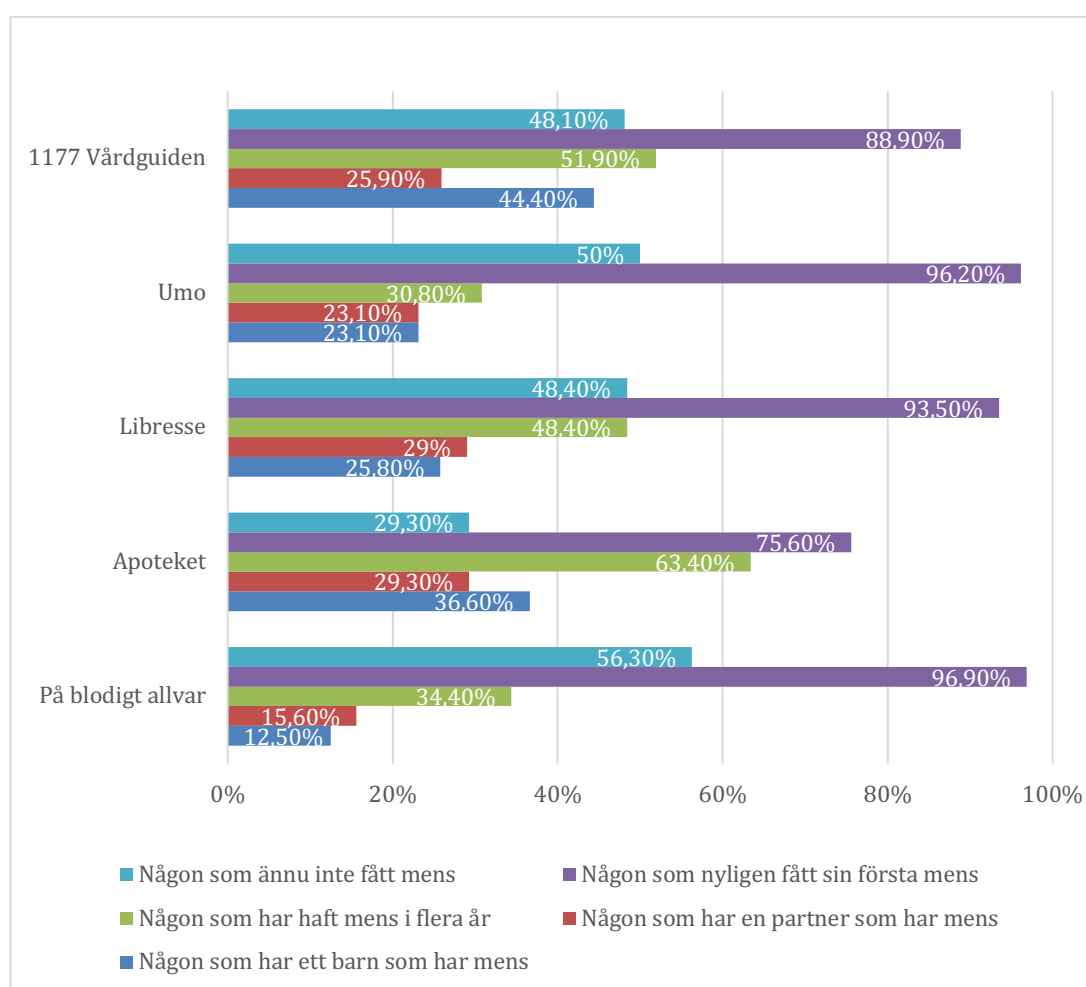


Figur 3. Vilka tror du ingår i textens målgrupp?

Av de som läste Umos text har de flesta svarat 11–15 år, medan för resterande texter tros målgruppen vara personer som är 16–20 år.

Det är intressant att denna fråga, som har stora likheter med frågan ”Vilka kan använda den här texten?”, har fått liknande men inte likadana svar. Nu är det texterna från Apoteket och 1177 Vårdguiden som verkar ha en äldre målgrupp. Apotekets text är den som i lägst utsträckning upplevs ha en målgrupp på yngre än 11 år.

Vem tror du att texten är tänkt att rikta sig till?



Figur 4. Vem tror du att texten är tänkt att rikta sig till?

För alla texter har en majoritet av informanterna fyllt i att texten riktar sig till någon som nyligen fått sin första mens. Texterna från 1177 Vårdguiden och Apoteket verkar i andra hand rikta sig till någon som har haft mens i flera år, medan Umo och På

blodigt allvar i andra hand uppfattas rikta sig till någon som ännu inte fått mens. Texten från Libresse riktar sig i andra hand lika mycket till någon som ännu inte fått mens som till någon som har haft mens i flera år.

Texten från På blodigt allvar är den som minst verkar rikta sig till anhöriga, det vill säga någon som har en partner som har mens eller någon som har ett barn som har mens.

För den här frågan var det även möjligt att skriva ett eget svar. En person föreslår att Umos text är riktad ”till någon som har problem med sin mens” och en annan person tycker att Libresses text är riktad till ”yngre”.

Vem tror du är avsändare till den här texten?

Tabell 4. Vem tror du är avsändare till den här texten?

Avsändare	Offentlig aktör	Privat företag	Intresseorganisation	Annat
1177 Vårdguiden	85,2 %	0 %	11,1 %	Privatperson
Umo	84,6 %	0 %	15,4 %	-
Libresse	32,3 %	19,4 %	45,2 %	Privatperson
Apoteket	65,9 %	21,9 %	12,2 %	-
På blodigt allvar	43,8 %	12,5 %	40,6 %	Privatperson

När informanter skrivit kommentarer som ”1177” är det räknat som offentlig aktör, likaså har de som kommenterat ”Läkemedelsföretag” och ”Apoteket” räknats till privat företag. Bland de kommentarer som återstår är det några av informanterna som har uppfattningen att det är en privatperson som står bakom texten.

Alla texter utom den från Libresse verkar en majoritet av alla informanter tro har en offentlig aktör som avsändare. För texterna från 1177 Vårdguiden och Umo tror över 80 % att avsändaren är en offentlig aktör.

Texten från Libresse tros av 45,2 % av informanterna som läste texten komma från en intresseorganisation, medan 32,3 % tror en offentlig aktör är avsändare. En person har skrivit ett eget svar, nämligen att texten kommer från en privatperson.

43,8 % tror att texten från På blodigt allvar har en offentlig aktör som avsändare, medan 40,6 % tror en intresseorganisation. Även här har en person skrivit att textens avsändare är en privatperson.

Litar du på det som står i texten?

Tabell 5. Litar du på det som står i texten?

Avsändare	Ja	Nej
1177 Vårdguiden	88,9 %	11,1 %
Umo	96,2 %	3,8 %
Libresse	90,3 %	9,7 %
Apoteket	80,5 %	19,5 %
På blodigt allvar	90,6 %	9,4 %

Den text som flest litar på är texten från Umo med 96,2 % som svarat ja. Men överlag är tilliten till texterna stor, där ingen text har under 80 % jakande svar. Det är dock intressant att texten från 1177 Vårdguiden är den som informanterna verkar ha näst sämst tillit till. Av de 157 personer som deltagit i undersökningen har 121 svarat att de i första hand skulle vända sig till en offentlig aktör för att få information om mensvärk, men ändå skulle fler rekommendera texterna från Libresse och På blodigt allvar, en privat aktör respektive en intresseorganisation, framför texten från 1177 Vårdguiden, en offentlig aktör. Man kan ju fundera över om fler hade valt att rekommendera texten från 1177 Vårdguiden över texterna från Libresse och På blodigt allvar om de känner till vem avsändaren av texten de fått läsa är.

Varför/varför inte?

Utifrån kommentarerna från de som läst texten från 1177 Vårdguiden verkar flera tycka att texten är saklig och trygg, och flera känner igen att den är från just 1177 Vårdguiden. Men bland de som inte håller med finns kommentarer om att den forskning som lyfts fram inte är nyanserad, utan bara lyfter ett perspektiv. En person har kommenterat att texten är oseriöst skriven, men flera andra har skrivit att texten är seriös och relevant.

Utifrån kommentarerna till de andra texterna verkar informanterna lita på texterna i stor utsträckning eftersom de känner igen informationen som står där – få kommenterar själva språket, utan det är information som de känner igen från att ha läst på andra ställen eller själva upplevt genom mensvärk.

Tycker du att vissa delar av texten är mer tillförlitliga än andra?

Tabell 6. Tycker du att vissa delar av texten är mer tillförlitliga än andra?

Avsändare	Ja	Nej
1177 Vårdguiden	22,2 %	77,8 %
Umo	23,1 %	76,9 %
Libresse	35,5 %	64,5 %
Apoteket	29,3 %	70,7 %
På blodigt allvar	15,6 %	84,4 %

Av de som läst texten från På blodigt allvar tycker 15,6 % att vissa delar av texten är mer tillförlitliga än andra, vilket gör det till den mest genomgående tillförlitliga texten. På andra änden är Libresses text den som flest uppfattar har mer och mindre tillförlitliga delar, med 35,5 % som svarat ja.

Om du svarade ”ja” på förra frågan får du gärna specificera ditt svar här:

Denna fråga var frivillig att svara på. Av de som läst texten 1177 Vårdguiden valde tre personer att skriva ett eget svar, och det finns inget mönster i varför de svarat ja på frågan ovan. En informant tycker att sjukdomarna i slutet känns hastigt tillagda och därför bara är med för att se bra ut. En informant tycker att de delar som beskriver vad mensvärk är för något är mer tillförlitliga än övriga delar. Den sista informanten tycker att texten är opålitlig som inte tar upp eventuella biverkningar som p-piller kan ge.

De som läst texten från Umo tycker att vissa delar är mer tillförlitliga än andra eftersom texten är för övergripande och inte verkar vetenskaplig. Att texten är tydligt skriven till unga, till exempel genom att nämna ”idrotten på skolan”, gör den mindre trovärdig. Flera kommentarer från personer som önskar mer nyanserade råd än p-piller och motion, då forskningen inte är överens i om det hjälper mot mensvärk eller inte.

Libresses text är som sagt den som flest uppfattar har delar som är mer tillförlitlig än andra. Enligt två kommentarer bidrar hänvisningen till externa källor till att de delarna uppfattas som mer tillförlitliga. Att texten växlar mellan att prata om mensvärk och kvinnor generellt till ett direkt du-tilltal i sista stycket tycker någon gör att texten blir oklar och svårtolkad. Att det i texten står bland annat ”Det är verkligen inte roligt” är också något som flera kommenterat på som gör att objektiviteten i texten försvinner och den blir därmed mindre tillförlitlig.

Apotekets text innehåller mycket information om olika läkemedel, vilket flera kommenterat ökar tillförlitligheten. Däremot har flera också kommenterat att ja, informationen som finns i texten känns trovärdig, men det saknas information om andra alternativ än läkemedel.

Texten från På blodigt allvar upplevs osammanhängande, då sakliga delar blandas med personligt tilltal. Det saknas också information om att mensvärk kan vara olika för olika människor samt att en kan söka sjukvård vid kraftig smärta.

Skulle du rekommendera den här texten till en person som har mensvärk?

Tabell 7. Skulle du rekommendera den här texten till en person som har mensvärk?

Avsändare	Ja	Nej
1177 Vårdguiden	70,4 %	29,6 %
Umo	88,5 %	11,5 %
Libresse	67,7 %	32,3 %
Apoteket	68,3 %	31,7 %
På blodigt allvar	59,4 %	40,6 %

Den text som flest skulle rekommendera är den från Umo (88,5 %), därefter 1177 Vårdguiden, Apoteket, Libresse och sist På blodigt allvar (59,4 %). För alla texter skulle en majoritet av informanterna rekommendera den text de läst. Hur många som skulle rekommendera texterna från 1177 Vårdguiden, Libresse och Apoteket är cirka 70 % för varje text, det vill säga de texterna uppfattas lika varandra i det avseendet.

8. Avslutning

Denna undersökningen är i viss mån tvådelad. Syftet är att undersöka upplevelsen av fem olika texter om mensvärk från olika avsändare. I avsnitt 6 presenteras en analys av de fem texterna med fokus på röst och läsbarhet. Tillsammans med den teoretiska utgångspunkten om modelläsare kommer textanalysen användas som ett redskap för att diskutera och dra slutsatser kring resultatet på enkätundersökningen samt svara på frågan hur läsarna upplever de olika texterna. Avslutningsvis kopplar jag resultatet till tidigare forskning och ger förslag på vidare forskning.

8.1. Diskussion och slutsats

För att mottagaranpassa en text kan man göra på flera olika sätt. Ett av dessa är att se på hur närvarande författarens *röst* är i texten (Reichenberg 2005:48). Det går också att mäta textens LIX-värde för att se hur lättläst den är (LIX [www]). Inom läsarorienterad forskning är teorin om texters två mottagare återkommande. Det innebär att en text dels har en faktisk person som mottagare och dels en språklig instans som är inbyggd i texten (Björkvall 2003:25). Nedan diskuteras enkätundersökningens resultat i relation till materialets röst, LIX och modelläsare.

8.1.1. *Röst*

De undersökta texterna har olika närvarande författare. Det innebär att texterna har olika inslag av *röst* (Reichenberg 2005:48). Alla texterna använder du-tilltal men i olika grad. Likaväl som du-tilltal skapar en relation till läsaren (Hellspong och Ledin 1997:173) skapar det också en modelläsare som inte alla empiriska läsare kan relatera till. I det här fallet blir det så att om modelläsaren är en person som har mensvärk, kan det vara svårt för en empirisk läsare som kanske är anhörig till personen med mensvärk att relatera till texten.

Den text där författarens röst framträder tydligast är den från Libresse, där författaren gör kommentarer i stil med ”Det är verkligen inte roligt”. För de andra texterna tror informanterna att avsändaren är en offentlig aktör, förutom för Libresses

text där flest tror intresseorganisation. Detta skulle kunna bero på att författarens röst framträder på ett sätt som kanske inte är normen inom offentliga aktörers texter. Det är däremot så att 90,3 % av informanterna har svarat att de litar på det som står i Libresses text, vilket är mer än för texten från 1177 Vårdguiden där 88,9 % svarat ja. Enligt Hellspong och Ledin kan tilltal signalera förtroende mellan sändare och mottagare (1997:173). Det skulle kunna förklara varför så många svarar att de litar på innehållet i Libresses text. Trots att de flesta informanter säger sig vilja vända sig till en offentlig aktör för att få information om mensvärk, har de samtidigt en hög tillit till Libresses text. Libresse är en privat aktör, men kanske gör bruket av tilltal att deras inte uppfattas som säljande utan som tillförlitlig.

Materialet för den här undersökningen består av fem olika texter om mensvärk från olika avsändare. Två av texterna kommer från offentliga aktörer, två kommer från privata aktörer och en kommer från en intresseorganisation. Informanterna har inte fått veta vilken avsändare som står bakom den text de läser för att minimera risken att deras förkunskap om avsändaren ska påverka deras uppfattning av texten. Det är därför intressant att de två texterna från privata aktörer, Apoteket och Libresse, i första hand tros ha en avsändare som är en offentlig aktör respektive en intresseorganisation. När informanterna tar ställning till huruvida de håller med om att texterna är säljande eller inte, sticker inte heller resultatet av Libresses och Apotekets texter ut från resterande. Detta tyder på att informanterna har svårt att avgöra om dessa texter har ett säljande syfte eller inte. Självklart gäller detta främst för de texter som utgör materialet för den här undersökningen, men det väcker också frågor om hur texter i samhället i övrigt uppfattas. Är det så att en bra skriven text signalerar trovärdighet oavsett vem som är avsändare? När vi blir allt mer beroende av skrivet språk, skapas svårigheter att se skillnad på var texter kommer ifrån och om innehållet i dem är fakta.

Under arbetet med denna undersökning har jag kommit att intressera mig för de texter som utgör undersökningens material. Texterna kommer från både offentliga och privata aktörer, vilket väcker en fråga om vilka uppfattningar som finns om offentliga och privata aktörer som avsändare. En majoritet av informanterna i den genomförda undersökningen säger sig vilja vända sig till en offentlig aktör för att få information, men det är inte enbart de offentliga aktörernas texter som flest skulle kunna rekommendera. Här finns utrymme för att göra djupare analyser av texterna och

jämföra dem, likaså att undersöka läsaress tillit till texter från offentliga aktörer jämfört med privata aktörer. Vilka språkliga signaler får en läsare att tro att avsändaren är en offentlig aktör respektive en privat aktör?

8.1.2. Läsbarhetsindex

Utöver texternas inslag av röst är även texternas LIX en aspekt att diskutera. Överlag är texternas LIX lättläst. De texter som skiljer sig är Umos text som är mycket lättläst och Apotekets text som är medelsvår. Den mest lättlästa texten är alltså den från Umo, som är skriven på en nivå som kan jämföras med barnböcker. Det är också den text som informanterna mest tycker är riktad till de tre åldersspannen *personer i ålder yngre än 11, 11–15 och 16–20 år*. Men bara för att en text är lättläst är den inte automatiskt barnslig, vilket även styrks i den här undersökningen där ingen av informanterna tycker att Umos text är barnslig. Umos text upplevs alltså vara skriven till en ung publik utan att vara barnslig. Detta kan jämföras med exempelvis texten från På blodigt allvar, som 22 % av informanterna tycker är barnslig fastän de tycker att den är riktad till en något äldre publik än Umos text.

Apotekets text har ett LIX på 45 vilket motsvarar medelsvår, ungefär som normal tidningstext. Precis som lättläst text inte nödvändigtvis är barnslig är inte heller medelsvår text nödvändigtvis riktad till vuxna, men det är ändå intressant att när det kommer till för vilken ålder som informanterna upplever texterna som användbar är det texten från 1177 Vårdguiden som flest tror är användbar för personer som är 21 eller äldre, och Apoteket är näst användbar för samma åldrar.

8.1.3. Modelläsare

I fallet för en enkätundersökning som denna blir en diskussion om empiriska läsarna och modelläsare intressant, eftersom de empiriska läsarna befinner sig i en konstruerad lässituation. Det går inte att veta om informanterna i enkätundersökningen, som alltså utgör empiriska läsare av texterna, skulle ha läst dessa texter om det inte vore för att de deltog i enkätundersökningen. För att undersöka i vilken utsträckning de identifierar sig med den modelläsare som byggs upp i texterna kan man utgå från resultatet som redovisas i tabell 2, där informanterna

har fått svara på om de upplever att den text de fått läsa är riktad till dem eller inte. Texten från 1177 Vårdguiden är den som en majoritet upplever är riktad till dem själva. Eftersom 1177 Vårdguiden har en bred målgrupp som kan sägas innefatta hela Sverige är det bra att de lyckats skriva en text med en stor målgrupp som också många uppfattar är riktad till dem själva.

Utifrån en texts målgrupp konstrueras dess modelläsare (Björkvall 2003:27). Umo är den avsändare som har en tydlig uttalad målgrupp: personer i ålder 13–25. Därför är modelläsaren i Umos text en person inom detta åldersspann. Men av de som läst Umos text och är i rätt ålder för att ingå i Umos målgrupp är det bara 50 % som upplever att texten är riktad till dem. Alltså skapar Umo en modelläsare som inte alla i deras målgrupp kan relatera till. Gemensamt för alla fem texter är att de har en modelläsare som menstruerar. I texten från Libresse skrivs uttryckligen att mensvärk är något som drabbar kvinnor, medan resterande texter inte skriver något om kön. Detta kan innebära att modelläsaren för Libresses text är just en kvinna, medan de andra texterna inkluderar även andra som har mensvärk.

Texterna handlar om samma ämne och har liknande modelläsare, men upplevs på olika sätt. Resultatet på enkäten visar att texterna i hög utsträckning upplevs som trovärdiga, men de skiljer sig åt i bland annat vilken ålder de antas vara användbara för och huruvida informanterna skulle rekommendera texten till en person som har mensvärk eller inte. En likhet mellan hur texterna uppfattas är vem texten tros vara riktad till, där alla texter i första hand upplevs vara riktade till någon som nyligen fått sin första mens. Det är svårt att säga huruvida denna uppfattning bygger på den språkliga nivån i texterna eller innehållet. Det är troligt att personer som haft mens och mensvärk i flera år redan känner till den information som står i texterna.

Det är särskilt relevant att särskilt diskutera resultatet för texten från På blodigt allvar. På blodigt allvar är en intresseorganisation vars enda fråga är att informera om mensvärk och mensproblem, till skillnad från exempelvis 1177 Vårdguiden vars webbplats innehåller information om flera sjukdomar och besvär. I och med att På blodigt allvar har en fråga de driver, är det troligt att de lägger ner mycket energi på att skriva så bra texter som möjligt om just den frågan. Därför kan det upplevas som misslyckat att deras text är den som först skulle rekommendera och som enbart en tredjedel av informanterna upplever som seriös. Men det är viktigt att ha i åtanke att

den texten också skiljer sig från övriga eftersom den också har ett smalare innehåll. På grund av att organisationen har en fråga de driver har de flera texter om mensvärk istället för en enda, vilket kan göra att den texten i sammanhanget för den här undersökningen inte upplevs som lika heltäckande av ämnet.

8.2. Utblick

Att undersöka hur texter tas emot är ett på många sätt utforskat område. Det finns flera undersökningar om mottagaranpassning, bland annat Zart (2015) som utgår från textanalys. Men att undersöka mottagaranpassningen från mottagarens perspektiv, som i denna undersökning, är att utgå från mer det Hyland (2015) kallar för läsarorienterade teorier. Liksom Zart (2015) är denna undersökning en studie av mottagaranpassning där jag tittar på olika aspekter i texter, bland annat tilltal. En analys av mottagaranpassning krävs för att se om en text svarar väl mot sitt syfte, hävdar Josephson (2005) enligt Zart (2015:6). En skillnad från andra studier av mottagaranpassning är att jag utför en receptionsstudie där jag med hjälp av en enkätundersökning får veta hur läsare av texterna upplever dem. En mottagororienterad tolkning av texter handlar om att undersöka hur texter uppfattas av en viss läsare eller läsargrupp (Hellspong och Ledin 1997:22). Genom att se på hur läsare upplever en text kan man som avsändare till en text få veta om det tänkta budskapet når fram till läsaren eller inte. Inom forskning om kommunikation läggs fokus oftare på texten än produktionen eller mottagandet (Nyström Höög m.fl. 2012), vilket gör läsarorienterade undersökningar som denna betydelsefulla. Läsarens uppfattning av en text kan vara av särskild vikt för språkkonsulter, vars arbete många gånger går ut på att skriva texter som ska nå fram till läsaren.

Det kan vara svårt att mäta om texter når ut till rätt målgrupp eller inte. För det första behövs i en sådan undersökning ett tydligt svar på avsändarens eller skribentens avsikt med texten, för att se om dels personer som ingår i målgruppen och dels personer som inte gör det upplever texten så som det var menat. Sådana receptionsstudier kan även genomföras av texters avsändare, för att undersöka om deras avsikt uppfattas korrekt. Det vore intressant att få veta om avsändarna till de undersökta texterna genomfört sådana receptionsstudier med sin tänka målgrupp.

För receptionsstudier är intervjuer den vanligaste metoden. Trots att enkäter på ett liknande vis ställer frågor om informanternas upplevelse har intervjuer fördelen att det finns en möjlighet att ställa följdfrågor och kontrollera hur informanterna uppfattar den fråga som ställs. Att genomföra en liknande undersökning som denna men att utgå från intervjuer istället för en enkät, eller att komplettera enkäten med enstaka intervjuer, hade gett mer djup åt undersökningen då informanternas tankegångar skulle vara lättare att förstå. Dock hade det gjorts att färre informanter hade kunnat delta, då intervju är en mer tidskrävande metod än enkät, och därmed hade slutsatserna för en sådan undersökning varit smalare än för denna.

Texterna skiljer sig åt angående för vilken ålder de upplevs vara användbara. Texters användbarhet kan kopplas till UX, en engelsk förkortning för *user experience*, det vill säga *användarupplevelse*. UX handlar om göra användarnas upplevelse av en vara eller tjänst så bra som möjligt. Här finns mycket utrymme för att även för texter lära känna sin målgrupp och skapa en helhet som är gjord för att just den målgruppen, med sin förförståelse och sina frågor, ska få ut så mycket som möjligt av texter och produkter i övrigt.

Det finns mycket intressant att undersöka inom fältet för mottagaranpassning, receptionsundersökningar och modelläsare. För den här undersökningen är texterna anonymiserade så att inte informanternas tidigare uppfattning om avsändaren skulle kunna ha någon inverkan på resultatet. Likaså gjordes texterna om så att de alla följer samma grafiska utseende, då det grafiska skulle kunna kopplas till avsändaren. Det vore intressant att i framtida undersökningar även undersöka visuella detaljer, då dessa också går att koppla till modelläsare och mottagaranpassning.

I ett samhälle där vikten av skrivande ökar och det dyker upp fler och fler skrivande yrken, är det viktigt att skrivande undersöks inte bara utifrån skribenters perspektiv utan även läsares. Genom att se skrivande som en social interaktion, där varje text dessutom har både en empirisk läsare och en modelläsare, hamnar fokus på den som är mottagare till texten och dess budskap. Att skriva för sin mottagare utgör en grundläggande del av arbetet för en språkkonsult, och att undersöka hur texter som är skrivna för en tydlig målgrupp upplevs kan underlätta arbetet att försäkra sig om att textens effekt på läsaren motsvarar den som skribenten hade i åtanke.

9. Litteratur- och materialförteckning

9.1. Litteratur

Björkqvall, Anders 2003. *Svensk reklam och dess modelläsare*. Stockholm: Institutionen för nordiska språk, Stockholms universitet.

Hellspong, Lennart och Per Ledin 1997. *Vägar genom texten*. Lund: Studentlitteratur.

Hyland, Ken 2015. *Teaching and researching writing*. 3 ed. New York: Routledge.

Josephson, Olle 2005. Trettio års arbete för enklare texter. I: *Texter för medborgarna – hur vet man om de är bra? Resuméer av föreläsningarna på Klarspråkskonferensen 20 maj 2005*. Stockholm: Institutionen för nordiska språk 2015

Larsson, Larsåke 2008. *Tillämpad kommunikationsvetenskap*. 3 uppl. Lund: Studentlitteratur.

LIX. <<https://www.lix.se/>> Hämtat 2019-05-16.

Norrby, Catrin och Jenny Nilsson 2015. Enkät. I: Boyd, Sally och Stina Ericsson (red.). *Sociolingvistik i praktiken*. Lund: Studentlitteratur.

Nyström Höög, Catharina; Hedda Söderlundh och Marie Sörlin 2012. *Myndigheterna har ordet. Om kommunikation i skrift*. Norstedts.

Reichenberg, Monica 2005. Röst och kausalitet i läroböcker. I: *Svenska språknämnden 2006. Textvård. Att läsa, skriva och bedöma texter*, 45–59. Norstedts.

Umo. *Språkliga riktlinjer*. <<https://www.umo.se/om-oss/sa-arbetar-vi/sprakliga-riktlinjer/>> Hämtat 2019-05-15.

Zart, Milena 2015. ”Texter om hjärtebarn. En analys av begriplighet, mottagaranpassning och trovärdighet hos informationstexter om barnhjärtfel.” Examensarbete. Uppsala: Institutionen för nordiska språk.

1177 Vårdguiden a. *Språkliga riktlinjer för 1177 Vårdguiden och UMO*. <<https://www.1177.se/Vastra-Gotaland/riktlinjer-och-material/sprakliga-riktlinjer/sprakliga-riktlinjer-for-1177-varldguiden-och-umo/>> Hämtat 2019-05-15.

1177 Vårdguiden b. *Särskilda riktlinjer för språket på UMO.* <<https://www.1177.se/Vastra-Gotaland/riktlinjer-och-material/sprakliga-riktlinjer/sarskilda-riktlinjer-for-spraket-pa-umo/>> Hämtat 2019-05-15.

9.2. Material

Apoteket. *Mensvärk.* <<https://www.apoteket.se/kategori/vark/mensvark/>> Hämtat 2019-04-23.

Libresse. *Varför kan man få menssmärtor?* <<https://www.libresse.se/v-zon/mens-ende-av-livet/vad-orsakar-menssmartor/>> Hämtat 2019-04-23.

På blodigt allvar. *Varför gör det ont?* <<https://pablodigtallvar.se/varfor-gor-det-ont/>> Hämtat 2019-04-23.

Umo. *Mensvärk.* <<https://www.umo.se/kroppen/mens/mensvark/>> Hämtat 2019-04-23.

1177 Vårdguiden. *Mensvärk.* <<https://www.1177.se/Vastra-Gotaland/sjukdomar--besvar/konsorgan/mens-blodningar-och-flytningar/mensvark/>> Hämtat 2019-04-23.

10. Bilaga 1 – Enkätfrågor

Hur gammal är du?

Vilket kön identifierar du dig som?

- Kvinna
- Man
- Annat

Vart skulle du vända dig för att få information om mensvärk?

- Till en offentlig aktör, t.ex. en rådgivande myndighet eller organisation knuten till offentlig sjukvård
- Till ett privat företag, t.ex. en tillverkare av mensskydd
- Till en intresseorganisation, t.ex. en organisation som bildar opinion kring mensvärk och mensproblem
- Annat...

Välj en av följande färger för att komma vidare:

- Svart
- Orange
- Lila
- Grön
- Blå

Upplever du att den här texten riktar sig till dig?

- Ja
- Nej

Vilka kan använda den här texten? Du kan välja flera alternativ.

Personer som är...

- Yngre än 11

- 11–15
- 16–20
- 21–25
- 26–30
- 31–35
- 36–40
- 41–45
- 46–50
- 51–55
- 56–60
- Äldre än 60

Tycker du att texten är...

Håller med

Håller delvis med

Håller inte med

Tydlig

Bra

Intressant

Personlig

Pålitlig

Rolig

Barnslig

Saklig

Säljande

Objektiv

Seriös

Neutral

Formell

Vardaglig

Konservativ

Inkluderande

Vilka tror du ingår i textens målgrupp? Du kan välja flera alternativ.

- Personer som är...
- Yngre än 11
- 11–15
- 16–20
- 21–25
- 26–30
- 31–35
- 36–40
- 41–45
- 46–50
- 51–55
- 56–60
- Äldre än 60

Vem tror du att texten är tänkt att rikta sig till? Du kan välja flera alternativ.

- Någon som ännu inte fått mens
- Någon som nyligen fått sin första mens
- Någon som har haft mens i flera år
- Någon som har en partner som har mens
- Någon som har ett barn som har mens

Vem tror du är avsändare till den här texten?

- En offentlig aktör, t.ex. en rådgivande myndighet eller organisation knuten till offentlig sjukvård
- Ett privat företag, t.ex. en tillverkare av mensskydd
- En intresseorganisation, t.ex. en organisation som bildar opinion kring mensvärk och mensproblem

Litar du på det som står i texten?

- Ja
- Nej

Varför/varför inte?

Tycker du att vissa delar av texten är mer tillförlitliga än andra?

- Ja
- Nej

Om du svarade ”ja” på förra frågan får du gärna specificera ditt svar här:

Skulle du rekommendera den här texten till en person som har mensvärk?

- Ja
- Nej

11. Bilaga 2 – 1177 Vårdguiden

Mensvärk

Mensvärk innebär att det gör ont i nedre delen av magen, ryggen och rygglutet i samband med mens. Värken kan också stråla ut i nedre delen av ryggen, ljumskarna och låren.

Det finns flera saker du kan göra för att minska värken. Testa dig fram till vad som fungerar bäst för dig.

Symtom

En del får endast lite värk medan andra får väldigt ont. Värken kan göra att du känner dig yr, blir kallsvettig eller att det känns som att du ska svimma.

Det är vanligt att få ont någon dag innan mensen kommer. Mensvärken är oftast starkast under första och andra dagen av mensen.

När mensen har börjat kan du också må illa och få diarré. Diarrén beror på att du har höga halter av hormonet prostaglandin i kroppen.

Vad kan jag göra själv mot mensvärk?

Mot mensvärk kan du använda receptfria smärtstillande läkemedel. Det är bra att ta läkemedlet så snabbt som möjligt när du känner att besvären är på väg.

Läkemedel som innehåller till exempel ibuprofen eller naproxen lindrar ofta mensvärk bäst. De minskar livmoderns sammandragningar.

Om du inte kan använda den typen av läkemedel kan du testa läkemedel som innehåller paracetamol. Följ alltid den dos som rekommenderas på förpackningen.

Lindra värken med värme

Lägg någonting varmt på magen eller mot ryggen. Det kan vara till exempel en varmvattenflaska eller en uppvärmd vetekudde. Vetekudden värmer du i en ugn eller i en mikrovågsugn. Värmen gör att musklerna slappnar av och då gör det mindre ont.

Du kan också testa att bada eller duscha i varmt vatten.

Lindra värken med rörelse

Det är bra att röra på sig mer, ofta kan man träna innan mensen kommer för att förebygga värk. Du kan till exempel ta en promenad eller träna, om du klarar av det trots mensvärken.

När och var ska jag söka vård för mensvärk?

Kontakta en vårdcentral eller gynekologisk mottagning om något av följande stämmer in på dig:

- Receptfria smärtstillande läkemedel hjälper inte mot din mensvärk.
- Du får plötsligt mensvärk utan att ha haft det tidigare.

Det är ofta inte bråttom. Om det är helg kan du vänta tills det blir vardag.

Du som går i grundskolan eller på gymnasiet kan kontakta elevhälsan. Du kan också kontakta en ungdomsmottagning, dit kan du gå om du är 12 eller 13 år tills du är mellan 20 och 25 år, det är olika på olika mottagningar.

Ring telefonnummer 1177 om du behöver sjukvårdsrådgivning. Då kan du få hjälp att bedöma dina symtom eller hjälp med var du kan söka vård.

Behandling av mensvärk

En läkare kan skriva recept på andra smärtstillande läkemedel eller preventivmedel om receptfria smärtstillande läkemedel inte hjälper mot din mensvärk.

Vissa preventivmedel gör att ägglossningarna försvinner så länge behandlingen pågår. Då slipper du mensvärken. Andra preventivmedel gör slemhinnan i livmodern tunnare, och du blöder lite, sällan eller aldrig. Fråga den som skriver ut receptet vad som passar bäst för dig.

En läkare eller en fysioterapeut kan ge dig behandling med tens. Det är en smärtlindringsmetod som innebär att nerver under huden stimuleras av elektriska strömmar, vilket leder till att kroppens arbetar för att minska smärtan. Du får behandlingen när du har värk och effekten sitter i så länge behandlingen pågår.

Vad händer i kroppen?

Värken beror på att livmodern drar ihop sig för att kunna stöta ut slemhinnan.

Det finns mycket nerver runt livmodern som påverkas när livmodern drar ihop sig. Det är därför det kan göra ont även i ryggen, ljumskarna och låren.

Kraftig mensvärk kan ha andra orsaker:

- Mensvärk kan bero på endometriosis som innebär att det finns livmoderslemhinna på andra ställen än inuti livmodern.
- Mensvärk kan bero på myom som är en muskelknuta i livmodern.
- Mensvärk kan bero på en inflammation i en äggledare eller i livmodern.

12. Bilaga 3 – Umo

Mensvärk

En del får ont i kroppen när de har mens. Det brukar kallas mensvärk. Det finns många olika sätt att lindra mensvärk på.

Att få ont när du har mens är vanligt, särskilt när du är ung. Vanligast är att få ont i magen, men du kan också ha ont i ryggen, ljumskarna, låren och huvudet. En del får diarré, några känner sig yra eller kallsvettiga och andra mår illa.

Mensvärken brukar komma några dagar innan eller i början av mensen. För vissa sitter den i under hela mensen. För de flesta går den över efter någon eller några dagar.

Hur ont du har varierar. Vissa har bara en svag smärta medan andra kan ha mycket ont. Det finns också en del som inte har någon mensvärk alls.

Vad beror det på?

Varje månad i samband med att du har ägglossning blir slemhinnan i livmodern tjockare för att kunna ta emot ett befruktat ägg. När ingen befruktning sker måste livmodern göra sig av med slemhinnan. Det gör den genom att dra ihop sig och sen stöta ut slemhinnan.

Själva slemhinnan kommer ut tillsammans med blod – mens. Eftersom livmodern är en muskel kan du få träningsvärk i den när den drar ihop sig. Det är det som ger mensvärk.

Vad kan jag göra själv?

Det finns flera saker du kan göra för att minska värken. Testa dig fram till vad som fungerar bäst för dig.

- När du har ont kan det vara skönt att lägga en värmedyna över det område som värker, till exempel på magen eller ryggen. Det kan göra att krampen i livmodern släpper.
- Krampen kan också försvinna om du rör på dig. Därför brukar det vara bra att till exempel vara med på idrotten i skolan eller gå och träna när du har mensvärk.
- Ofta brukar vanliga receptfria värktabletter som du kan köpa på ett apotek hjälpa bra. För att få bästa effekt ska du ta värktabletterna så fort du känner att mensvärken är på gång och sen ta dem regelbundet så länge du har ont.

- Du kan pröva olika ställningar för att försöka hitta en där det gör mindre ont om du inte kan röra på dig utan måste ligga ner. Till exempel kan du ligga ner och dra upp knäna.
- Du kan få stolpiller som förs in i analöppningen om du har så ont att du kräks och inte kan svälja en tablett. De ger snabbare effekt än tabletter.

När ska jag söka hjälp?

Du behöver inte söka hjälp för mensvärk om du inte själv tycker att det är ett stort problem. Har du mycket ont eller mår illa när du har mens kan du kontakta en ungdomsmottagning eller vårdcentral. Går du i skolan kan skolsköterskan också hjälpa till.

Det går alltid att göra någonting åt mensvärken. Du kan få recept på smärtlindrande tabletter från en läkare om du har mycket problem. För att få det utskrivet kan du kontakta en vårdcentral eller en barnmorskemottagning.

Preventivmedel som innehåller hormoner kan också hjälpa mot mensvärk. De gör så att du inte får någon ägglossning och därför inte heller någon vanlig mens. Exempel på såna skydd är p-piller, p-ring och p-plåster. För att få preventivmedel kan du kontakta en ungdomsmottagning.

Att ha mycket ont vid mens kan vara ett tecken på att du har endometrios. På 1177.se kan du läsa mer om endometrios. Kontakta en ungdomsmottagning eller vårdcentral om du har så ont när du har mens att du inte kan göra sådant som du brukar.

Kontakta en ungdomsmottagning eller vårdcentral om du haft mens i flera år och plötsligt får mensvärk utan att ha haft det tidigare. Då kan smärtan bero på någonting annat.

13. Bilaga 4 – Libresse

VARFÖR KAN MAN FÅ MENS SMÄRTOR?

En av de minst roliga sakerna med mens är mensvärken.

De flesta kvinnor – studier visar på upp till 80 % [1] – upplever värk eller obehag före och under sin mens. Värken beror huvudsakligen på att livmodern (uterus) drar ihop sig för att stöta ut livmodersslemhinnan.

Det är vanligast att drabbas av denna värk precis innan mensen börjar. Värken känns lite som kramper och varar normalt i en till två dagar. Den kan kännas i bäckenet, ryggen, låren eller magen. Värken börjar normalt precis under naveln och strålar ut mot låren och ryggen. Hur stark denna mensvärk upplevs varierar från kvinna till kvinna. I vissa fall är det bara en mild värk. Hos andra kan det orsaka kraftiga smärtor och till och med kräkningar. Andra symtom är lös avföring, huvudvärk och yrsel. Det är verkligen inte roligt.

Att komma på hur man kan hantera menskramperna gör en oerhörd skillnad för hur en kvinna upplever sin mens. De flesta kvinnor upptäcker att det inte går att göra så mycket åt värken, men med ett par enkla steg kan man minska den.

Receptfria, smärtstillande läkemedel kan effektivt lindra kramperna men bör endast tas efter måltider eller med ett glas mjölk för att skydda slemhinnorna i magen. Och även om det kanske inte känns så lockande just för stunden, så är motion – även om det bara är en promenad – ofta ett bra sätt att få lindring. Det hjälper till att öka blodcirkulationen, syrenivån i blodet och mängden endorfiner (naturens eget smärtstillande medel och må bra-hormon). Allt detta hjälper kroppen att slappna av. Massage och värme hjälper också till att lossa upp dina muskler och därför rekommenderas ett varmt bad eller att krama en varmvattenflaska. Glass kan också hjälpa. Inte på ett medicinskt sätt men bara för att du ska känna dig gladare!

I ett fåtal fall kommer smärtsam mens, eller dysmenorré, att störa dig så mycket att du inte kan leva som vanligt. I en studie svarade 14 % av kvinnorna att de ofta inte kunde gå till arbetet på grund av menssmärtor [2].

Men du behöver inte lida. Om dina menskramper är så svåra, bör du prata med en läkare eller Ungdomsmottagningen. I vissa fall kan hormonella preventivmedel lindra menssmärtorna. Ibland kan menssmärtorna orsakas av en underliggande sjukdom, som endometriosis eller bäckeninflammation (PID). Men om det inte finns någon underliggande sjukdom så brukar menssmärtorna bli lindrigare och lindrigare ju äldre man blir, och även efter att kvinnor fått barn.

[Referenser]

[1] <http://online.liebertpub.com/doi/pdf/10.1089/jwh.2015.5529>

[2] <http://www.nhs.uk/conditions/Periods-painful/Pages/Introduction.aspx>

14. Bilaga 5 – Apoteket

Mensvärk

Mensvärk är vanligt. Det gör ont i nedre delen av magen och strålar ofta ut mot ljumskarna, korsryggen eller lårens insida. Vissa får även ont vid ägglossningen mitt i menstruationscykeln. Troligtvis beror smärtorna på kramp i livmoderns muskler. Här hittar du inflammationsdämpande och smärtlindrande värktabletter som lindrar besvären.

Hjälp mot mensvärk

Smärtorna kan vara mycket besvärande men det finns flera sätt att minska dem, både med läkemedel och andra metoder. I 30-årsåldern eller efter den första graviditeten brukar mensvärken avta av sig själv.

Receptfria mediciner mot mensvärk

För att lindra smärtan är det bra att ta värktabletter med naproxen, som har effekt i upp till 12 timmar, eller ibuprofen eller diklofenak, som har effekt i 4–6 timmar. Alla är både smärtlindrande och inflammationsdämpande. Den är typen av tabletter anses minska sammandragningarna i livmodern och är därför lämpliga vid mensvärk.

Tabletter med paracetamol har också smärtlindrande effekt men saknar den inflammationsdämpande effekten.

TÄNK PÅ ATT

Om du använder andra läkemedel eller har någon allvarlig sjukdom är det viktigt att du kontrollerar med din läkare eller ditt apotek vilka egenvårdsläkemedel som du kan använda.

Viktigt om acetylsalicylsyra, diklofenak, naproxen och ibuprofen

- Om du haft eller har magsår, svår hjärtsvikt, ökad blödningsbenägenhet (till exempel lätt att blöda näsblod) eller om du är överkänslig mot inflammationsdämpande värkmediciner bör du inte ta dessa tabletter.
- Har du astma bör du inte ta dessa mediciner utan att ha talat med en läkare, eftersom de kan utlösa astmaanfall hos vissa.
- Om du planerar att bli gravid ska du undvika att ta dessa tabletter, om det inte är ordinerat av läkare.

Viktigt om paracetamol

- Du ska inte ta paracetamol utan läkares ordination om du har leversjukdom eller alkoholproblem.
- Att ta högre doser paracetamol än de rekommenderade innebär risk för mycket allvarlig leverskada.

Tips för att minska besvären

- Lägg en värmedyna på magen.
- Prova att ligga med uppdragna knän.
- Ta en promenad i lugn takt, det kan lösa upp krampen och lindra smärtan.
- Om du behöver använda receptfria värktabletter ta dem då så fort du känner av mensvärken och i högsta rekommenderade dos. Om du har så kraftig värk att tablettorna inte hjälper, så kontakta vården för andra alternativ.

Då ska du kontakta sjukvården

Om din mens ändrar karaktär eller blir mer smärtsam ska du ta kontakt med sjukvården.

15. Bilaga 6 – På blodigt allvar

Varför gör det ont?

Vad är det egentligen i kroppen som gör ont när du får mens? Här hjälper vi dig att få full koll på dina fysiska symptom!

Livmodern spänner musklerna

Livmodern är en stor **muskel som drar ihop sig** när slemhinnan/mensblodet ska komma ut. När slemhinnan/mensblodet stöts ut så kan det göra ont. Vi kallar det mensvärk eller menssmärta. Det kan komma som kramper ungefär strax nedanför naveln. Du kan också känna att det drar inne i slidan när kramperna kommer. Nedersta delen av livmodern finns högst upp i slidan och då kan kramperna från livmodern fortsätta ner i slidan och du kan känna att det drar eller smärtar.

Nerver i kläm

Det finns mycket nerver runt livmodern som påverkar resten av kroppen när den drar ihop sig och därför kan du känna smärta i **ljumskarna**, **ryggen** eller **benen** då och då under mensen. **Yrsel** och **illamående** kan du få av smärtan du har och **lös mage** kan du få eftersom hormonet prostaglandin ökar.

Alla är olika! En del tycker att det gör mycket ont medan andra känner nästan ingenting...

Ägglossningssmärta

Ägglossningen kommer ungefär mitt emellan två menstruationer. Du kan känna lite smärta eller kramp någon minut men du kan också känna mycket smärta som håller i sig flera timmar. Smärtan känns i nedre delen av magen och ofta bara på en sida åt gången. Du kan ta receptfria läkemedel om du har besvär av ägglossningssmärta.

Alla är olika

En del tycker att det gör mycket ont medan andra känner nästan ingenting. Mensvärk kan komma väldigt olika, du kan få den innan mensen kommer eller så kommer den samtidigt som mensen eller någon dag senare. Du kan ha ont olika många dagar och smärtan kan också ändras från en gång till en annan!