

Mastergradsoppgave

Anlaug Aase Cowles

Kva står i VG?

-Ei analyse av korleis VG konstruerer diskursane trening og helse innan diskursorden livsstil i frå 2003 til 2012



Høgskolen i Telemark

Fakultet for allmennvitenskapelige fag



Kva står i VG?

-Ei analyse av korleis VG konstruerer diskursane trening og helse innan diskursorden livsstil i frå 2003 til 2012.

Anlaug Aase Cowles

Høgskolen i Telemark
Fakultet for allmennvitenskapelige fag
Institutt for idretts- og friluftslivsfag
Hallvard Eikas plass
3800 Bø i Telemark

<http://www.hit.no>

© 2013 Anlaug Aase Cowles

Denne avhandlinga representerer 60 studiepoeng

Samandrag

I denne masteroppgåva har eg undersøkt korleis VG konstruerer diskursane helse og trening innan diskursorden livsstil i perioden 2003 til 2012 med utgangspunkt i mediatekstar henta frå søkjemotoren Atekst. I analysen av artiklane har utgangspunktet vore å tolke diskursane trening og helse i VG og sjå i kva grad dei blir konstruert i denne perioden. Eg har òg sett etter i kva grad representerer artiklane tabloide trekk og bruken av stereotypier. Avisartiklane er valt ut på bakgrunn av eit samspel mellom overskrift, ingress og brødtekst. For å få svar på problemstillinga har eg tatt utgangspunkt i sider av Norman Faircloughs kritiske diskursanalyse som teori og metode, og enkelte av Pierre Bourdieus teoretiske perspektiv.

Denne kvalitative diskursanalysa viser at helse- og treningsdiskursen er med på å konstruere diskursorden livsstil ved at alle dei analyserte avisartiklane i dette studiet fokuserar på dei utvalte diskursane. Treningsdiskursen er den diskursen som i større grad er synleg i dette studiet enn helsediskursen. Det kjem til syne i artiklane gjennom fokuset på trening som ein måte å gå ned i vekt på, få ein veltrent kropp, få betre helse og få ein sunn livsstil. Det som òg kjem til syne ved analyseringa er korleis symbolsk kapital er eit sentralt punkt i visse arbeidsfelt.

Studiet viser at dei tabloide trekkene er svært synlege i artiklane og er med å konstruere artiklane i forhold til korleis dei blir framstilt. Dette kjem til syne i artiklane i bl.a. stort fokus på form i staden for innhald, individorienterte historiar og underhaldning. Dette heng saman med det aukande kravet om økonomisk gevinst i den tabloide pressa. Stereotypier er i varierende grad tilstade i fleire av artiklane, men ikkje i alle. Spesielt er kjønnsstereotypier synlege og då retta mot det mannlege kjønnet. Det rettar seg mot at mannlege næringslivsledarar må vera veltrente for å signalisere kontroll og med eit ynskje om oppnå symbolsk kapital.

Avisartiklane viser for meg at dei alle er ein del av den sosiale verda ved at dei konstruerer denna verda. Dette innebærer at journalistar er ikkje upåverka av det som skjer i samfunnet med eit auka fokus på å sjå veltrent og slank ut. Kven journalist som står bak dei ulike artiklane er ikkje utan betydning i forhold til saklegheit og truverdighet i artiklane.

Innholdsliste

Samandrag.....	3
Forord	6
1 Innleiing.....	7
1.1 Kva er livsstil?	8
1.2 Å tolke mediatekstar.....	9
1.3 Problemstilling	10
1.4 Begrepsavklaringar	10
1.5 Tidlegare forskning.....	11
2 Teoretiske perspektiv	14
2.1 Norman Faircloughs kritisk diskursanalyse.....	14
2.1.1 Diskurs	14
2.1.2 Diskursorden.....	16
2.1.3 Kritisk diskursanalyse	17
2.1.4 Tre-dimensjonal modell.....	19
2.2 Pierre Bourdieu.....	24
2.2.1 Felt	25
2.2.2 Habitus	28
2.2.3 Kapital.....	29
2.2.4 Symbolsk kapital og makt	34
3 Mediemakt og tabloidisering	36
3.1 Mediemakt.....	36
3.2 Den norske medieorden.....	37
3.3 Kven set dagsorden?	38
3.4 Retorikk.....	38
3.4.1 Etos, logos og patos.....	39
3.4.2 Stereotypi	39
3.5 Strategi for analyse	41
3.5.1 Intertekstualitet	43
3.6 Tabloidisering	44
3.6.1 Tabloidiseringsprosess	45
3.6.2 Tabloidisering i Noreg.....	46
4 Metode	48
4.1 Kvalitativ metode.....	48

4.1 Val av mediatekstar	49
4.2 Kritisk blikk på eiga forskning og den kritiske diskursanalysa.....	53
5 Resultat /diskusjon– sjølve analysa.....	54
5.1 «Godt forslag».....	54
5.2 «Tynnere på Tjukholmen».....	58
5.3 «Pondus ut – vaskebrett inn».....	65
5.4 «Kilokrig på slankeskole»	71
5.5 «Trening. Alder ingen hindring».....	78
5.6 «Typisk birkebeiner».....	84
5.7 «-Trening ikke viktig»	91
5.8 «Garanterer helsegevinst».....	98
6 Oppsummering	106
6.1 Oppgåvast hovedfunn.....	106
Litteraturliste.....	112
Vedlegg	117

Forord

Då nærmar det seg slutten på dette arbeidet og tida har kome fram til å takke dei som skal takkast. Det har vore ein lang og hektisk prosess med kombinasjon av arbeid, familie og studier. Likevel har denne prosessen vore lærerrikt med mange nye positive utfordringar og fagleg interessant utbyte.

Eg vil takke veileiaren min Gerd von der Lippe for all hjelp og veileiing som ho har bidratt med. Takk for gode konstruktive tilbakemeldingar.

Ein stor takk til biblioteket ved Høgskulen i Bø for den gode hjelpa med å finne dei rette bøkane til meg.

Eg vil rette ein stor takk til familien min. Til Morten for oppmuntrane ord, nyttige faglege tilbakemeldingar og korrekturlesing. Tusen takk for din støtte. Takk kjære Ingrid og Olav for deira tålmodighet med ei til tider fråverande mor. Takk til resten av familien for oppmuntrande ord. Eg vil òg takke gode vener for støttande ord. Sist men ikkje minst ein takk til Isa, som har liggje som ein god varm og tålmodig klump ved føtane mine!

Anlaug Aase Cowles

Bø i Telemark, mai 2013

1 Innleiing

Aviser er ein sentral del av menneskenes kvardag. Avisene blir forma av den kulturen den er ein del av og er med på å konstruere kva mennesker er opptatt av eller kva dei kan bli opptatt av. Det er ikkje utan betydning kva avisene skriv om, fordi det kan vera med på å belyse sosiale normer, samfunnsstrukturar og verdsbilete i dagens samfunn og har betydeleg definisjonsmakt i det norske samfunnet (Fairclough 2001, Allern 2001, Eide 2001, Slatta 2003, Hågvar 2007, Lippe 2010). På den måten er det nødvendig å ikkje bare sjå på språket i ein mediatekst, men å sjå på lingvistikken og viktigheten av å drive analyse av mediatekstar skriv professor i lingvistikkk Norman Fairclough (1995b), som er kjent for sin kritiske diskursanalyse. Han understrekar viktigheten ved analyse av media å sjå på media som ein del av dei sosiale og kulturelle endringane i samfunnet som er under konstant endring (ibid.).

Mennesker er ikkje lengre avhengig av å stå ansikt til ansikt med andre for å lære nye ting, men har eit større nettverk gjennom mediert kommunikasjon. På den måten kan media vera med på å utvikle nye og alternative livsformer, og dette kan vidare vera med på å gjera folk kritiske overfor seg sjølv og omverda både symbolsk og i fantasien. Den medierte verda kan òg skape frustrasjon hjå folket ved at informasjonen som kjem i frå media er vanskeleg for enkelte å tilpasse seg (Thompson 2001). Dette kan likevel vera med på at folk tenkjer nytt eller blir bevisst eigne handlingar eller livsstil gjennom medias framstillingar på ein positiv måte. Eg vil i dette studiet sjå korleis media fokuserar på livsstil over ein tiårs periode.

For å forstå meir kva som ligg bak tekstane så har eg valt å nytte enkelte av teoriene til professor i sosiologi Pierre Bourdieus og sider av Faircloughs teori og metode for analyse av mediatekstar. Sosiologen Bourdieu var opptatt av gjennom sin forskning å ville lage eit verktøy som ein kan bruke til refleksjon over dei begreper og problemar som inngår i ei undersøkjing (Priour og Sestoft 2006). Han ynskja å ta avstand frå filosofar som så på verda abstrakt, men ynskja å oppnå viten gjennom empiriske undersøkjelsar i følgje Priour og Sestoft (2006). Dette gjorde han ved å utvikle begrep som kapital, felt og habitus. Dette er begrep som vil bli nærmare utdjupa i denne avhandlinga og vil vera den sosiologiske teorien i tillegg til sider av Faircloughs teori, som vil bli knytta til den kritiske diskursanalysen som vil bli gjennomført som metode.

1.1 Kva er livsstil?

Livsstil blir ofte forklart som måten vi lever på og som forklarar om vi har ein god eller dårleg livsstil. Det som kan spele inn er både medfødde og ikkje-medfødde eigenskapar. Livsstil spring ut frå begrepet helse, som kan definerast på ulike måtar. Professor i sosialmedisin Per Fugelli og professor i medisinsk antropologi Benedicte Ingstad har gjennomført eit studie over kva ulike mennesker meiner helsebegrepet innehalder. Dei viktigaste elementa i folks helsedefinisjon er: trivsel, funksjon, natur, humør, meistring og energi. Det som kjenneteikner dette er at helse er vevd inn i alle sider av livet og samfunnet, helse er pragmatisme og det tyder at helse er relativt (kor gamal du er, eventuelle sjukdommar og sosial livssituasjon), og helse er individuelt (Fugelli og Ingstad 2009).

Det som kjem fram som faktorarar som kan bidra til god helse er arv, miljø og livsstil. Arv går på det medfødde, miljø går på kvar ein bur, sosiale liv, utdanning, økonomi, psykiske tilstand, treningsmuligheter, tilgang til mat (kva du får av mat, kan du lage mat o.l.) og det siste er livsstil. Det går på val mellom ulike mogleghetar og konsum av desse mogleghetane (ibid.). Giddens (1990, 1991) forklarar livsstil:

- Livsstil dreier seg om de valg man gjør med hensyn til hvordan man vil forvalte sin kropp, sjel og identitet i forhold til de muligheter som finnes i samfunnet omkring en, og i forhold til den livsplan man har lagt for seg sjølv (Fugelli og Ingstad 2009 s. 153).

Eg meiner livsstil er ut i frå denne forklaringa korleis ein lever som bl.a. går ut på: om ein driv fysisk aktivitet, kva ein et, takling av stress, ha eit moderat alkoholforbruk og unngå å røyke. Det går òg kor mykje ein konsumerar av dei enkelte tinga. Dette meiner eg dreiar seg om å føreta nokre val som kan påverke eins livsstil. Ut frå dette har eg laga ein definisjon på livsstil og som eg vil bruke i dette studiet:

«Livsstil er dei ulike val ein person tek i livet sitt som kan vera med på å avgjere om ein har god livsstil eller ikkje.»

Dei vala du tek i livet ditt er med på å bestemme korleis livet ditt blir i stor grad og korleis kroppen din formas av desse vala, men at ein blir påverka av samfunnet rundt seg:

- Kroppen trekkes også inn i moderniteten på en ny måte og er ikke lenger noe gitt og «naturlig», men noe som skal formes og kontrolleres gjennom livsstilsvalg (Fugelli og Ingstad 2001, s. 32).

Det kan skje ulykker eller sjukdom kan oppstå, slik at ein må endre livsstilen sin og det kan gje dårleg livsstil. Likevel har dei fleste mogleghet til å ta val uavhengig av sjukdom eller skader som bestemmer kva livsstil vi vil ha. Det ligg mykje eigenomsorg i forhold til kva helse og livsstil vi vil ha.

Professor Peter F. Hjorth (1924-2011) har laga denne definisjonen på god helse; «Helse er et overskudd i forhold til hverdagens krav» (Fugelli og Ingstad 2001, s. 80).

Det betyr at vi må bruke tid og eigeninnsats for å få ein god livsstil. Myndighetane ynskjer òg at vi skal ha ein god livsstil, fordi det kan gje betre helse og dermed mindre utgifter til sjukemeldingar og uføretrygd. Noreg har høg andel mennesker som får sjukemeldingar og uføretrygd i forhold til andre land i OECD-området i følgje Folkehelseinstituttet. Folkehelseinstituttet ser ut frå undersøkjelsar at det ikkje er auka helseproblemer blant nordmenn, men ser at nordmenn har blitt tyngre, brukar meir alkohol og er i mindre fysisk aktivitet. Generelt har helsa blitt betre dei siste 20 åra i Noreg.

1.2 Å tolke mediatekstar

Kvifor skal ein analysere avisartiklar? Det kan vera behov for å kunne lese mellom linjene i ein tekst for å kunne tolke teksten og bakgrunnen for teksten i til dømes i ein avisartikkel. Dette på grunn av tekstens innflytelse på det sosiale liv og den makt media kan ha på å påverke kunnskap, tru, verdiar, sosiale forbindelsar og sosial identitet (Fairclough 1995, 2001, 2003). Når det er snakk om mediatekstar, så skal den i stor grad konstruere verkelegheiten og gjengje den verkelege verda. Ved analyse av avisartiklar kan vi finne ut om den er godt skrive eller ikkje og finne ut om innhaldet i artikkelen har sannhet og truverdighet i seg. Ved tekstanalyse av skjønnlitteratur er det ofte viktig å finne ut budskapet til forfattaren. Dette legg i stor grad ein journalist ikkje skjul på. Journalisten ynskjer å vera open og at meiningane er lett å lese. Ein kan som lesar av avisartiklane gjera seg meiningar og oppfatningar om artikkelen ved å tolke. Når ein tolkar så er det ikkje utan betydning kva kunnskapar og erfaringar ein sit inne med. Desto større kunnskap og meir erfaring ein sit inne med, desto større tolkningspotensiale har vi skriv professor i idrettssosiologi Gerd von der Lippe (2010). Vi kan tolke ulikt i forhold til kva kjønn, alder, etnisitet og nasjonalitet vi har, og i kva

kontekst vi er i. Derfor kan vi ikkje snakke om riktige eller feile tolkingar (ibid.). Dette vil ligge til grunn for tolkningane eg vil koma fram til, men det er viktig å bevisstgjere kva diskursar eg trekk med meg som språkbrukar. På den måten kan eg bruke språk og tekst som allereie er etablert i samfunnet, og som gjer at det er lettare for den enkelte å forstå (Hågvar 2007). Når ein analyserar mediatekstar så ynskjer vi å gå frå overflata av teksten og djupare ned i teksten (Hågvar 2007). Dette er med på å forklare kvifor eg i denne avhandlinga ynskjer å gjere analyser av utvalte avisartiklar og kvifor det er viktig å kunne stille ulike spørsmål til avisartiklar og prøve å kunne tolke avisartiklane.

1.3 Problemstilling

Hensikten med denne studien er å undersøkje korleis VG fokuserar på livsstil gjennom kritisk diskursanalyse for å kunne tolke innhaldet i utvalte avisartiklar. Problemstillinga er som følgjer:

Korleis konstruerer VG diskursane helse og trening innan diskursorden livsstil i perioden 2003 til 2012.

Delmål vil vera ut frå hovudproblemstillinga å finne ut gjennom kritisk diskursanalyse å kunne forklare desse punktene:

1. Korleis blir trenings- og helsediskursen konstruert frå 2003 til 2012?
2. I kva grad kan vi sei at mediatekstane representerer tabloide artiklar?
3. I kva grad finn ein stereotypiar i mediatekstane frå VG?

Eg har valt å avgrense søket mitt etter mediatekstar som omhandlar livsstil, trening og helse til tabloidavisa Verdens Gang (VG) frå 1. januar 2003 og fram til 31. desember 2012. D.v.s. ei periode på ti år. Eg har valt å ikkje plukke ut mediatekstar for kvart år, men plukka ut tekstar som dekkjer problemstillinga mi og tek for seg diskursorden livsstil.

1.4 Begrepsavklaringar

I denne oppgåva vil eg i hovudsak bruke termane «mediatekstar og artiklar», «mennesker, folk og aktørar», «media og medier» og «journalistikken og det journalistiske felt». Begrepa vil bli bruka etter kva kontekst dei tilhøyrer.

1.5 Tidlegare forskning

Eg vil her kort ta for ta for meg tidlegare forskning på idrett og medier, og med hovudfokus på på aviser. Det finnas tidlegare forskning som er retta mot idrett og media, men med eit hovudfokus på sportshendingar, kjønn og bestemte idrettsgreinar. Så langt eg har undersøkt så finnas ikkje forskning på korleis media framstiller temaet livsstil. Det vil derfor bli tatt utgangspunkt i forskning på området media og idrett, og forskning som har tatt i bruk Norman Fairclough kritisk diskursanalyse ved analyse av avisartiklar. I tillegg vil eg ta for meg noko forskning på tabloidisering og bruk av stereotypi, som begge delar er relevant i forhold til problemstillinga mi.

Dahlèn skriv i boka «*Sport och medier*» (2008) at noko av årsaken til at det har vore lite forskning på idrett og medier er at det har hatt låg akademisk status tidlegare. Dette ynskte Dahlèn å rette opp ved å lage ei introduksjonsbok på forskingsfeltet idrett og medier, og denne er den første av sitt slag i Skandinavia. Dahlèn meiner at noko av årsaken til at forskning på media og idrett har vore lite fremja er at medievitenskapen er eit relativt ungt emne og vokste fram på 1970-talet. I tillegg skriv han at årsaken kan vera at idrett har blitt sett på som ein meir vulgær kulturell aktivitet enn den meir sofistikerte kulturelle aktivitet som t.d. kunst og musikk. Dette har no endra seg og ein ser at forskning på idrett og medier har fått større verdsetting innan forskingsmiljøet. Dette bl.a. på grunn av større forankring i det sosiale og kulturelle livet hjå den enkelte i samfunnet i følgje Dahlèn (2008).

Svenske Jan Lindroths doktorgradsavhandling «*Idrottens väg till folkrörelse: studier i svensk idrottsrörelse till 1915*» (1974) blir sett på som banebrytande i Skandinavia på forskning på idrett og medier, som tek for seg analyse av tidlegare mediadekning av idrett.

På 1970-talet kjem dei første hovudfagsoppgavene i Noreg som har tema retta mot media og idrett. Roksvolds hovudoppgåve frå 1975 «*Holdningar i avisenes fotballreportasjar – Ein studie i språkbruk.*» Dahlèn og Helland (2002) framhevar i “*Sport og medier. En forskningsoversikt*» denne hovudfagsoppgåva som den første systematiske empiriske undersøkinga på feltet. Roksvold tek for seg korleis media dekkjer cupfinaler frå 1910 - 1973. Roksvold er òg tidleg ut med å analysere avistekstar og dette kjem fram i boka «*Tekst og kommunikasjon*» (1982) redigert av Jarle Rønne. Her skisserar han kva ein bør sjå etter ved ei språkbrukanalyse av avistekstar. Roksvold (red.) gav seinare ut boka «*Sport i avis. 7 analyser av norsk sportsjournalistikk*» (1993) som ser på det språklege og ulike sjangarar over tid frå norske avisers sportsreportasjar.

I masteroppgåva til Sæter (2005) med tittelen «*Media sin konstruksjon av idrett – ei kvantitativ og kvalitativ undersøking av pressa si framstilling av idrett*», tek ho for seg innhaldet i avisene i forhold til idrett og kva forståing avistilsette har av media si dekning av idrett. Det Sæter konkluderar med er at det er skilnad mellom ulike idrettar, aldersgrupper og kjønn når det gjeld mediadekning, og kravet til inntening for avisene har betydning for kva det blir skriva om i avisene.

Anna forskning innan sport og media, som tek i bruk diskursanalyse er Strømstad (2007) som i hovudfagoppgåva si ser på «*Myter i VG – sporten – En narrativ diskursanalyse*». Det kjem fram i denne hovudoppgåva at det skjer ei medievridding frå sann framstilling til å ta i bruk myter for å framstille ein sportsaktør eller ein sportshending i media. Det kan òg sjå ut til at ved bruk av myter, så kan det vera ein form for undertrykking og form for maktbruk.

I boka til Lesjø (2008) «*Idretts sosiologi. Sportens ekspansjon i det moderne samfunnet*» som tek for seg blant anna idrett, medier, populærkultur og identitet gjennom å sjå på idrettens moderne institusjon. Det som er relevant for meg er spesielt det som har med media og det Lesjø skriv om val av livsstil og fokuset på korleis vi ser på kroppen vår. Det er ikkje lengre bare fokus på korleis ein sjølv oppfattar kroppen sin, men korleis andre oppfattar kroppen din.

Lassen (2009) tek i bruk sider av Norman Fairclough kritisk diskursanalyse og begrep frå Pierre Bourdieu i si masteroppgåve «*Tett på! En analyse av avisene VG og Dagbladet og skiskytterkvinnenes opplevelse av sportsjournalistenes diskurser*». Dette er relevant i forhold til mitt val av teori og metode for mi avhandling, og derfor tatt med her.

von der Lippe (2010) har skriva boka «*Et kritisk blikk på sportsjournalistikk. Medier og idrett i en globalisert verden*», der ho rettar eit kritisk blikk mot sportsjournalistikken. Bl.a. tek ho for seg maktperspektivet og stiller seg spørsmålet om kven er det som bestemmer kva som skal bli skriva. Vidare tek boka for seg korleis vi tolkar tekst og bileter i media, tabloidiseringsprosessar, kva er det som er dominerande i media, bruk av stereotypier, korleis kjønn blir framstilt i media, dyrking av idrettsheltar og globalisering av idrett. Boka trekk med seg begreper frå Bourdieu og sider av Faircloughs kritisk diskursanalyse, som er relevant i forhold til mine studier.

I masteroppgåva til Dobbedal (2013) «*'Yte for å nyte' – En analyse av Aftenpostens framstilling av Birkebeinerrittet mellom 2001 og 2011*» blir utvalte artikkelar frå Aftenposten

undersøkt med bruk av sider av Norman Fairclough kritisk diskursanalyse for å sjå korleis Aftenposten framstiller Noregs mest kjente mosjonsritt for syklistar.

Anna forskning som er relevant å trekkje fram i forhold til dette studie er Slaatta (2003) «*Den norske medieorden. Posisjoner og privilegier*» som har som formål å gje ein forståelse av mediene i Noreg og kva makt media har i samfunnet. Slaatta konkluderar med at medieorden som kulturelt produkt er uløseleg knytta til sosiale og kulturelle endringar i maktfeltet, og at det politiske og økonomiske feltet påverkar medieorden. Bang (2006) følgjer dette opp i boka «*Makt og spinn i mediene*» ved å sjå på samfunnet i eit medieperspektiv og media som ein viktig leverandør for å skape samfunnsdebattar.

Av internasjonal forskning vil eg trekkje fram to bøkar som ser på forholdet media, samfunn og tabloidisering og som er relevant til forhold til min vinkling av dette studiet.

Thompson (2001) har skreve boka «*Medierne og moderniteten*» der han ser på kva rolle media har i forhold til utvikling av det moderne samfunnet og kva virkningar det kan ha på det sosiale livet. Dette temaet er sentralt i forhold til kva problemstilling eg skal jobbe med i denne oppgåva.

Sparks og Tulloch (red.) (2000) legg fram ulike artiklar i boka «*Tabloid tales. Global debates over media standards*» kor ulike personar frå ulike land legg fram den tabloide journalistikk og ser på om den type journalistikk er nøyaktige/presise i dei sakene dei legg fram.

Konklusjonen som blir dratt fram er at det er konkurranse mellom det kommersielle og kva journalistane ynskjer å skrive om. Dei ser det er ei sosial endring frå tidlegare å vera rette mot folk med utdanning, så må ein no drive journalistikk som rettar seg mot alle samfunnslag. Det siste som kjem fram er at politisk makt ser ut til å ha mindre å sei enn privat makt, og at den seriøse journalistikken er mindre ettertrakta blant befolkninga enn tidlegare, og at det må vera ein miks av innhald for å kunne selgja til flest mogleg lesarar og for å kunne dekkje alle samfunnslag.

2 Teoretiske perspektiv

Eg vil i denne delen legge fram dei teoretiske perspektiva som er relevant i forhold til problemstillinga eg har forma for dette studiet. Teorien som er sentral er det som går på sider av kritisk diskursanalyse av Norman Fairclough, der han ser på språket som både skrevet tekst, samtale og intervju. Fairclough har laga eit rammeverk for å kunne analysere både skrevet og muntleg språk, og for å kunne gjennomføre ei sosial analyse (Fairclough 2003). Dette rammeverket blir kalla den tre-dimensjonale modellen og vil bli presentert her. Det som er viktig å få fram i forhold til kritisk diskursanalyse er at det er ei heil pakkøløysing. Kritisk diskursanalyse er eit teoretisk- og metodisk verktøy Fairclough har utvikla for å kunne analysere språk, samtaler, intervju, visuelle effektar, muntleg- og skriftleg tekst. D.v.s. at ein kan ikkje dele opp metoden og teorien, men må sjå det saman. Eg vil forklare dei sentrale begrepa diskurs og diskursorden først i denne samanhengen.

Vidare skal eg sjå på enkelte begrep ut frå sosiologisk perspektiv forma av Pierre Bourdieu og hans forklaringar til begrepa kapital, habitus og felt. Dette er begrep som er sentrale i dette studiet. Bourdieu (1993) har utvikla begrepa innafør sosiologien og med tanke på å få fram strukturane i den sosiale verda, som utgjer samfunnet vårt.

2.1 Norman Faircloughs kritisk diskursanalyse

For å forstå kritisk diskursanalyse, så er det nødvendig å sjå på forklaringane på diskurs og diskursorden og korleis eg forstår desse to begrepa.

2.1.1 Diskurs

Begrepet diskurs blir forstått på ulike måtar innan ulike disiplinar (Foucault 1978, van Dijk 1985 og Fairclough 1992). Det som kjem fram som to viktige moment er for det første diskurs som sosial aksjon og interaksjon. Dette går ut på å sjå på språket og sjangeren, og korleis det blir bruka i ulike sosiale situasjonar og er sosialt forma. Det andre går ut på å sjå på diskurs som ein sosial konstruksjon av 'virklegheten' i følgje Fairclough (2010). Desse to forklaringane på diskurs må sjåas i samanheng for å forstå diskurs.

Fairclough (2003) forklarar diskurs som ein måte å presentere aspekt av verda på:

- I see discourses as ways of representing aspects of the world the processes, relations and structures of the material world, the 'mental world' of thoughts, feelings, beliefs and so forth, and the social world. (Fairclough 2003, s. 124)

Det Fairclough (1995a) understrekar er at diskurs er ikkje bare det talte og skrivne språket, men òg det visuelle (fotografier, film og diagrammer) og kroppsspråk. Ved gjennomføring av ei diskursanalyse, så må ein sjå på kva som ligg i mellom den fysiske verda og sansane våre, og forsøkje å finne ein forklaring på kvifor språket er som det er. På den måten finne ut korleis språket er forma av kulturen og historia, som den er ein del av. Språket står i eit dialektisk forhold til samfunnet rundt seg. Når ein gjennomfører ei diskursanalyse, så ynskjer ein å finne ut kven som står bak teksten, korleis har teksten oppstått, når blei teksten forma og kvifor teksten er forma slik det den er (Fairclough 1995a).

Ulike diskursar har ulike syn på verda og dette heng saman med at ulike grupper av aktørar har ulikt syn på og forbindelse med verda, og aktørane har ulik identitet og posisjon i samfunnet. Dette gjer at det eksisterar ulike diskursar i samfunnet. Vi vil ikkje tolke det nøytralt, fordi vi alle er ein del av samfunnet, men vi kan identifisere diskursen og kan handle ut frå den sosiale domene vi er ein del av (Fairclough 1995ab, 2003, 2010, Jørgensen og Phillips 1999, von Der Lippe 2010).

Diskursane kan tilhøyre ulike nivå av abstraksjon. Det vil sei at diskursane kan ha ulike namn og tilhøyre ulike nivå, men samtidig ha noko felles. Til dømes innan idrett snakkar vi om idrettsdiskurs. Det som er viktig er at det må vera ein grad av normalitet og stabilitet for å sei at noko er diskurs (Fairclough 2003). Bourdieu brukar begrepet *doxa*¹ innafor sosiologien og forklarar dette med ulike ting i samfunnet som menneske tek for gjeven. At det er noko ein er einige om i det offentlege rom og ikkje blir diskutera. Dette ynskjer diskursanalysen å stille spørsmål ved. Det å stille spørsmål ved kva som er doxa i samfunnet og kunne stille spørsmål ved den doksiske verklegheten.

¹ Doxa, antagelse, tro. Den franske sosiologen Pierre Bourdieu bruker begrepet «doxa» eller «det doksiske felt» for å beskrive dei sidene ved kultur og samfunn som folk flest tar for gitt, som dei ikkje finn grunn til å stille spørsmål ved. Nettside: <http://snl.no/doxa> (henta frå 10.11.12)

Det er fleire måtar å tolke diskurs på, men i denne oppgåva vil Faircloughs tolkingar liggje til grunn for forklaring på diskurs og skal vera rammeverket for diskursanalysen. Det som skil Fairclough frå andre forskarar i følge Jørgensen og Phillips (1999) er at han ser diskurs som både konstituerande og konstituert. Det at diskursar både reproduserar og forandrar kunnskap, identitetar og sosiale relasjonar, som bl.a. kan gå på maktrelasjonar. Det Fairclough ynskjer er ikkje bare å føreta ei språkanalyse, men å kunne sjå forbindelsane mellom språket og samfunnet og kulturen som er rundt språket. I denne samanheng så vik han vekk i frå lingvistikken, som har meir fokus på sjølve språket enn samfunnet og kulturen rundt seg (Fairclough 2001, 2003).

2.1.2 Diskursorden

Under innleiinga så nemnte eg diskursorden. Diskursorden eller «*the order of discourse*» som Fairclough (1995) seier på engelsk. Den franske filosofen Michel Foucault (1926-1984) er opphavsmannen til begrepet diskursorden. For å gjennomføre kritisk diskursanalyse så kan det vera behov for å kunne ha ein 'overordna' diskurs som dekkjer ulike og fleire diskursar. Bakgrunnen med diskursorden er å synleggjere forbindelsane mellom eit sett av diskursar og at vi ved å høyre eller lese om ein bestemt diskursorden skal kunne seta det i samanheng med andre og nærliggjande diskursar (Fairclough 1995a). Det er ulike meiningar om kva som kan kallast ein diskursorden. Fairclough kan kanskje meine i denne konteksten at livsstil skal stå som ein diskurs og at trening og helse bare er delar av diskursen livsstil. Dette kan tolkast på linje med von der Lippe's forståelse av diskursorden, kor ho brukar t.d. kvinners minus-kropper som ein diskursorden og kvinners pluss-kropper som ein diskursorden (von der Lippe 2014). Dette har samanheng med at vi dreg med oss ulike erfaringar og påverknader som gjer av vi tenkjer ulikt og at vi er ein del av samfunnet.

Dei kan òg vera konkurrerande seg i mellom ved at det kan utfalde seg ein kamp i mellom dei ulike diskursane for å finne ut om ein diskurs er meir dominerande enn dei andre. I ein undersøkjing så kan ein finne ut om nokre diskursar er stabile, d.v.s. lite utsatt for endringar eller ustabile ved at dei stadig er utsatt for konkurranse. Det er viktig å huske at dei ulike diskursane kan òg tilhøyre andrer diskursordnar. Til dømes kan helsediskursen knyttas til diskursorden sjukehus. Det er viktig å vera klar over at diskursordner ikkje svevar fritt omkring, men må dekkje eit sett av diskursar (Jørgensen og Phillips 1999).

I mitt studie vil eg seta livsstil som diskursorden og inkludere treningsdiskurs og helsediskurs, som 'underdiskursar' av diskursorden livsstil. Årsaken til dette er at eg meiner desse

diskursane er sentrale i forhold til kva som ligg i forklaringa av livsstil og vil vera med på å avgrense undersøkjinga mi.

2.1.3 Kritisk diskursanalyse

For å tolke mediateksten så må ein sjå på det i ein sosial kontekst, fordi det er ein føresetnad for å tolke heile teksten. Difor meiner Fairclough at ein må kombinere teori og metode for å gjera ei best mogleg analyse ved å gjera ei diskursanalyse:

- «My view is that we need to analyse media language as discourse, and the linguistic analysis of media should be part of the discourse analysis of media» (Fairclough 1995b, s. 16).

Fairclough meiner at for å kunne gjera ei heilhetleg analyse av t.d. ein tekst, visuelle effektar og ei samtale, så må ein sjå på andre sider enn den konkrete teksten, bilete eller samtala for å kunne tolke og forklare. Det at Fairclough brukar ordet *kritisk* diskurs analyse forklarar han ved å sjå på normative element i analysen. Det er å kunne sjå på kva som kan vera ulike syn på eit samfunn (institusjon eller organisasjon), men at desse ulike syna kan vera 'rektig' ut frå enkelte normative synspunkt i følge Fairclough (2010).

Fairclough seier at ved kritisk diskursanalyse så må fokuset vera å sjå etter makt relasjonar og ulikhetar, og sjå etter dialektiske relasjonar på diskursar og makt. På den måten kunne finne ut om det har påverknad på dei sosiale prosessane i samfunnet (Fairclough 2010).

- Critical analysis aims to produce interpretations and explanations of areas of social life which both identify the causes of social wrongs and produce knowledge which could (in the right conditions) contribute to righting or mitigating them (Fairclough 2010, s. 8).

Det som er dei tre basis «properties» for kritisk diskursanalyse: «it is relational, it is dialectical, and it is transdisciplinary» (Fairclough 2010, s. 3).

Med det første meiner han at ved ei analyse så må vi sjå på dei sosiale relasjonane (social relations) mellom faste ting/gjenstandar og personar, og mellom dei ulike relasjonane. Døme på dette kan det vera kommunikasjon (skriftleg eller muntleg) mellom personar, kommunikasjonshendingar (samtaler, avisartikkel) og andre komplekse diskursive 'objekt' (fysiske ting, personar, makt relasjonar og institusjonar). Men det må vera element i den

sosiale aktivitet eller praksis. Dette er ein kompleks måte å sjå forbindelsar på, men er nødvendig i ei analyse meiner Fairclough (2010).

Med det andre meiner han at for å analysere så må ein sjå på det ein skal analysere dialektisk (dialectical) og med dette meiner Fairclough (2010) at ein må sjå på relasjonane mellom objekta, som i utgangspunktet er ulike kvarandre, men likevel ikkje heilt utelukkar kvarandre. Døme Fairclough brukar er objekta makt og diskurs. Objekta kan forklarast kvar for seg, men kan òg ha relasjonar til kvarandre. Makt kan vera ein diskurs og diskurs kan vera makt. På den måten kan desse to objekta kan knyttas saman. Ved å sjå på analyse dialektisk, så vil det sei å sjå på objektet i ein større samanheng og ikkje sjå på det som eit enkelt objekt, men sjå på det i samanheng med andre objekt. Dette skil Fairclough i frå anna forskning på diskursteori at han ser på kritisk diskursanalyse av diskurs ikkje bare som konstituerande, men òg konstituert (Jørgensen og Phillips 1999).

Det tredje Fairclough meiner er relevant ved analyse er transdiskripsjon. Dette forklarar Fairclough at ein må sjå både det konstruerte og konstruerene for å kunne forklare og aldri sjå på objektet isolert sett;

- the discourse analyst will focus on discourse, but never in isolation, always in its relations with other elements, and always in ways which accord with the formulation of the common object of research.(Fairclough 2010, s. 5).

For å finne ut av dette så må ein sjå på ulike teoriar, som kan forklare det som skjer eller skjedde eller kan skje i følgje Fairclough (2010).

Fairclough stiller seg tre sentrale spørsmål ved media produksjon:

1. Korleis er verda representert?
2. Korleis blir dei involverte partane i ei avisartikkel framstilt?
3. Korleis er forbindelsane mellom dei involverte partane? (Fairclough 1995b)

Dette er spørsmål ein må stille seg ved analyse av mediatekstar, for å kunne finne det bakanforliggjande i ein mediatekst. Fairclough (1995b) er opptatt av å sjå på korleis tekstar er bygd opp. Det gjer han med å sjå på teksten, språket og bileter (visuelle) som blir bruka. Når han ser på teksten, så ser han på ord som som forsterkar hendingar og som er ute etter å gje inntrykk. Då eg valte ut mediatekstane eg skal analysere, så var eg på utkikk etter tekstar som ga meg inntrykk gjennom at dei tok i bruk språk og bileter som framhevar teksten/innhaldet.

Måten kritisk diskursanalyse blir nytta er forskjellig. Fairclough har utvikla ei fastare ramme rundt kva diskursanalyse er ved å utvikle ein teknikk for å analysere språk. Han har òg satt filosofiske premisser, og laga teoretiske metodar og metodologiske retningslinjer. I motsetning til anna diskursanalyse som kan sjåast på som litt breiare og lausare, og med ingen fast konsensus. Difor har eg valt denne teorien og metoden, fordi den eignar seg godt i forhold til problemstillinga eg har valt og det at eg skal sjå på ulike mediatekstar.

2.1.4 Tre-dimensjonal modell

Den tre-dimensjonale modellen er ein modell for analyse av diskurs og blir brukt til empirisk forskning. Målet er slå saman tre analyse-tradisjonar i ein modell. Dei tre tradisjonane består for det første av tekst- og lingvistisk analyse, den andre tradisjonen består av makrososiologisk analyse av sosial praksis i forbindelse med sosial struktur og det tredje som er mikrososiologisk analyse, som er å sjå på sosial praksis som noko menneskjer aktiv produserar og brukar gjennom eit felles sett reglar (common sense) i følge Fairclough (1992). Det som er viktig å få fram er at med diskurs meiner Fairclough ein sosial praksis som reproduserar og forandrar viten, identitetar og sosiale relasjonar, men som samtidig formas av andre sosiale praksisar og strukturar. Praksis kan forstås ut frå Fairclough som ikkje-diskursive og diskursive. Eit døme på ikkje-diskursiv praksis kan vera ein bygning eller ei bru og eit døme på ein diskursiv praksis kan vera journalistikk forklarar Jørgensen og Phillips (1999).

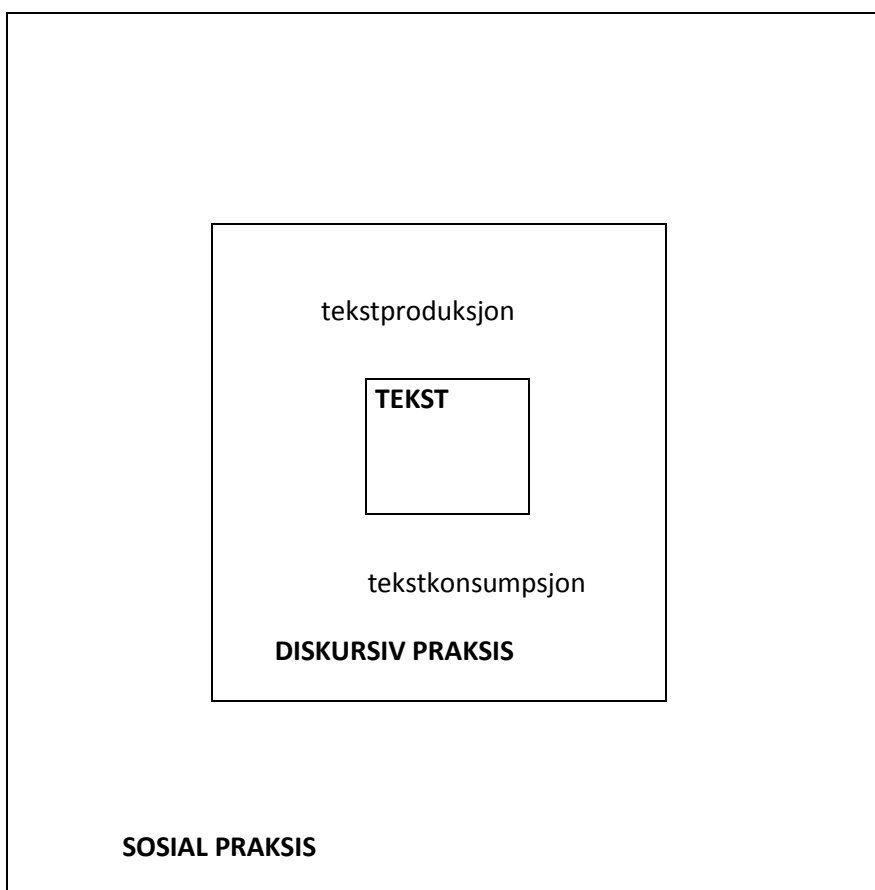
Det som Fairclough understrekjar er at sosiale relasjonar og maktrelasjonar er noko menneskjer ubevist trekk med seg og på den måten opprettheld ulike tradisjonar i forhold til ulike kvardagspraksisar. Dette kan vi forstå og som er nemt tidlegare gjennom det Fairclough seier at diskurs er både konstituerande og konstituert. Han seier òg diskursiv praksis og sosiale strukturar er komplekse og kan variere over tid. Dette skil han frå andre forskarar innan kritisk diskursanalyse, som meiner det er ein stabilitet innafor desse to områda diskursiv praksis og sosiale strukturar i følge Jørgensen og Phillips (1999). Dette er noko ein ser etter når ein brukar den tredimensjonale modellen.

Årsaken til at modellen blir kalla tredimensjonal er at den består av tre dimensjonar og desse dimensjonane inngår i kvarandre. Fairclough (1995b) brukar dimensjon og fasett om kvarandre, og det kan forklarast med at tekstar, bileter og transkripsjonar må forståast mangesidig. Akkurat som at vår verden som vi er ein del av er tredimensjonal. Alt det fysiske og konkrete i verden er tredimensjonalt ved at alt vi ser, høyrer eller les har høgde, breidde og

djubde, og alt dette inngår i kvarandre. Den tredimensjonale modellen til Fairclough er difor ein god metode for analyse av mediatekstar. Dei tre boksane (dimensjonane) som utgjer modellen står i forhold til kvarandre og ingen av dei kan utelukkast i denne analyse modellen. Jørgensen og Phillips beskriv dette i setninga: «Alle tre dimensjoner skal inddrages i en konkret dikursanalyse af en kommunikativ begivenhed» (Jørgensen og Phillips 1999, s. 78).

Dimensjonane tekst, diskursiv praksis og sosial praksis må forstås som ulike nivåer som inngår i kvarandre. Det eine nivået byggjer på det andre nivået og som saman utgjer konteksten. Skal vi kunne forstå teksten og korleis det heng saman med samfunnet rundt oss, så må vi sjå på fleire ting som kan forklare tekstens innhald og korleis mottakarane av teksten kan forstå teksten i følge Hågvar (2007).

Figur 2-1 Norman Faircloughs tre-dimensjonale modell



Tekst

Modellens kjerne er teksten. Tekst er muntleg og skriftleg språk, transkripsjonar, visuelle effektar (bileter, layout) og lyd. Fairclough (1995b) understrekjar at når han analyserar tekst, så arbeidar han med eit '*multifunctional view of text*' – å sjå forbindelsane mellom det visuelle

og tekst. Ved analyse av dimensjonen tekst, så er det ein tradisjonell lingvistisk analyse der ein ser på språkbruk, lyd, bilete, overskrifter bl.a. Det blir òg sett på samanhengen mellom tekst og bileter. I analysen av tekst så er ein opptatt av både meininga og formen i teksten og det ser vi etter ved bileter òg. Til dømes korleis strukturen er i ein media tekst.

Når ein ser på teksten som multifunksjonell, så betyr det at ein ser på teksten «*ideational, interpersonal and textual*» funksjonar i språket og teksten. Desse tre begrepa er henta frå Halliday (1978) som meiner at desse tre funksjonane alltid er ein lik del av ein tekst *Ideational* er korleis språket representerer verden, *interpersonal* er korleis språket har eit sett av reglar i forhold til forbindelsar og identitetar, og til slutt *textual*, som går ut på korleis ein ser på teksten ved å sjå på dei enkelte setningane. Når ein skal sjå på setningane i ein skreven tekst, så kan det vera nyttig å sjå på om teksten representerar ein form for ideologi eller ynskjer å formidle ein form for ideologi, kven er forfattaren bak teksten og kven er teksten retta mot, og kva forbindelse er det mellom forfattaren og lesaren (formelt, uformelt, nært eller fjernt) (Fairclough 1995b).

Når ein ser på teksten på denne måten, så er det enklare å seta teksten saman med den sosiale analysa og på den måten kunne sjå etter sosiale forbindelsar og makt i språket (*ideational*), og spørsmålet om identitet (*interpersonal*) i følgje Fairclough (1995b).

Diskursiv praksis

I analysa av den diskursive praksis skal eg fortolke teksten ved å sjå på tekstproduksjonen og tekst konsumpsjonen. Eg ynskjer då å forstå kva sosial funksjon teksten har og kva sjanger den tilhøyrer. Vidare skal eg kunne undersøkje kva normer teksten dreg med seg eller skil seg vekk i frå og kva diskursar den er påverka av. På den måten kan eg finne ut kva forfattaren av teksten dreg med seg av bestemte diskursar og sjangrar for å skape ein tekst (tekstproduksjon). I denne delen av analysa skal det òg kome fram kva tekstmottakar (i dette tilfellet- meg) brukar av diskursar og sjangrar for å forstå teksten (tekstkonsumpsjon).

Fairclough brukar begrepet intertekstualitet i forbindelse med diskursiv praksis og det kan forklarast med at historia formar det vi skriv og det vi skriv formar historia (Jørgensen og Phillips 1999). Når ein ser på intertekstualiteten så må ein sjå etter kva sjanger og diskursar som eksisterar i teksten, gjera ei lingvistisk analyse ved å sjå kva som står på papiret, og sjå etter sosial og kulturell forståing av teksten (Fairclough 1995b).

Det er bare gjennom den diskursive praksis der ein brukar språk for å produsere og konsumere tekstar at det blir forma og formas av den sosiale praksis. Alt det vi trekk med oss av diskursar og sjangrar er med på å forme måten teksten blir produsert på og korleis vi tolkar teksten som mottakar. Difor må analyse av kommunikative begivenhetar innebære analyse av i følgje Jørgensen og Phillips (1999):

- Diskursar og sjanger
- Lingvistisk oppbygging
- Om den diskursive praksis reproduserar eller gjer endringar i eksisterande diskursorden
- Har den konsekvensar for sosiale praksis

Fairclough forklarar at diskursiv praksis må sjåas på som ein meklar mellom tekst og sosial praksis, og mellom tekst og kultur. Den diskursive praksis forklarar skiftingar som skjer rask og uavbroten i samfunnet i dag. Spesielt har media i viktig rolle i forhold til å formidle og vera med å skape desse endringane som skjer i samfunnet og dette er eit sentralt punkt i forhold til diskursiv praksis: «The general point to emphasize is that creativity² in discursive practices is tied to particular social conditions –conditions of change and instability» (Fairclough 1995b, s. 61).

Dette er spesielt retta mot kva problemstilling eg har satt i denne oppgåva, som er retta mot media og det å kunne sjå endringar i mediatekstar.

Sosial praksis

I den delen av analysen som skal ta for seg den sosiale praksis, så skal eg plassere dei to innerste boksane (tekst og diskursiv praksis) inn i den ytterste boksen (sosial praksis). Eg ynskjer på den måten å sjå på forholda mellom dei ulike boksane eller dimensjonane, og

² Kreativitet i denne samanheng er retta mot å sjå på sosiale betingelsar ut frå eit kreativit ståstad. Det går ikkje ut på at ein person viser spesielle kreative evner i følgje Fairclough (1995b).

kunne forklare kvifor teksten er forma på ein bestemt måte: «Det centrale formål med den kritiske diskursanalyse er at kortlægge forbindelserne mellem sprogbrug og social praksis» (Jørgensen og Phillips 1999, s. 82).

For å kunne forstå teksten, så er det ikkje nok med diskursanalyse, men her skal eg koble inn anna teori bl.a. sosiologisk teori. I mitt tilfelle har eg valt å knytte teorien opp mot sosiologen Pierre Bourdieu. Årsaken til at det ikkje held å bare bruke diskursanalyse er at sosial praksis består av både diskursive og ikkje-diskursive elementer i følge Jørgensen og Phillips (1999). På den måten undersøker eg om den diskursive praksis opprettheld eller forandrar den sosiale orden. Når eg skal drive analyse av den sosiale praksis, så må eg sjå på samfunnet og kulturen rundt teksten. På den måten kan det vera med på å forstå utforminga av teksten Fairclough (1995b).

I boka *Analysing Discourse* (2003) av Fairclough så har han forklara sosial praksis med at tekstar eller hendingar er forma av ulike typer sosiale element, som er knytta til bestemte områder i det sosiale livet. Til dømes korleis undervisninga (sosiale praksis) i eit klasserom er lagt opp til, er forma av korleis undervisningssystemet har lagt føringane for korleis det skal vera i eit klasserom. Dette kjem fram i denne setninga:

- Social events are causally shaped by (networks of) social practices – social practices define particular ways of acting, and although actual events may more or less diverge from these definitions and expectations (because they cut across different social practices, and because of the causal powers of social agents), they are still partly shaped by them. (Fairclough 2003, s 25).

I denne delen av analysen så blir makt eit sentralt område å fokusere på. I kva grad kan vi sei at samfunnet og kulturen påverkar korleis skriftleg og muntleg tekstar blir forma, og bileter blir framstilt? Dette er eit sentralt tema i denne oppgåva og i problemstillinga.

Makt

Det som er sentralt i forhold til Fairclough og kritisk diskursanalyse er at han er opptatt av sjå på maktrelasjonar og kampen om makt. Dette gjer han ved å sjå på relasjonane mellom diskurs og samfunn. Relasjonar kan vera t.d. nettverk til det vanlige livet (familien) og/eller forretningar og kommersielle nettverk. I den samanheng ser Fairclough at makt er eit viktig tema innafor media. Dette går ut på korleis media er påverka av eller påverkar av det sosiale

systemet. Dette inkluderer klasseinndeling, kjønn, etnisitet, politiske grupper og forskningsgrupper, og den generelle befolkningsgruppa.

Fairclough (1995b) stiller to spørsmål i forhold til makt tendensane han ser: korleis påverkar makt det sosiale systemet og korleis påverkar makt ideologisk. Det han ynskjer å finne ut er i kor stor grad er det makt i måten ein kommuniserer på. Kan enkelte grupper ha meir makt fordi dei tilhøyrrer ei bestemt gruppe. Fairclough meiner at ideologi er eit sentralt punkt for å forstå maktforholda. Han nyttar professor i sosiologi John B.Thompsons forklaring på ideologi: '*meaning in the service of power*' (Thompson 1984, 1990) (Fairclough 1995b). Når det eksisterer ein ideologi i eit samfunn, så kan den styre korleis vi handlar eller ikkje handlar og/eller kan opne for å kritisere samfunnets utilstrekkelighet i følgje Fairclough (2010). Dette er òg med på å forklare bruken av ordet *kritisk* diskursanalyse. Eit hovudfokus ved kritisk diskursanalyse er å sjå på maktforholda og dei store ulikhetane ved sosiale feil/skeivhetar (social wrongs), og forholdet mellom diskurs og makt. På den måten ynskjer ein å sjå kva betydning det kan ha på dei sosiale prosessane i samfunnet i følgje Fairclough (2010). Dette kjem òg tydeleg fram frå Eide (2001) ved at han seier at makta er mangfaldig og flytande.

Når journalisten skal nå sine mål, så brukar han eller ho logikk for å nå sine mål. Dette kan gå på korleis ein vinklar ein sak og kva kjelder som blir bruka (premissmakt), nyheten som blir lagt fram (logikkmakt) og bruk av tradisjonar som er knytta til mediehuset (korridormakt) (von der Lippe 2010). Eg vil òg knytte dette til begrepet kapital, som sosiologen Pierre Bourdieu brukar i staden for makt. Dette vil eg forklare seinare i denne oppgåva.

2.2 Pierre Bourdieu

Den franske professoren i sosiologi Pierre Bourdieu (1930-2002) har forma ulike begrep som har fått betydning innafor den sosiologiske verda og ved vitenskapleg forskning i ulike fagfelt. Det var ingen konstituerande skular eller teoretiske retningar, som han var fornøgd med. Difor fant han det nødvendig å finne opp sin eigen teoretisk posisjon ut frå empirisk ståstad i følgje Prieur og Sestoft (2006). Det gjorde han blant anna ved å nytte begrep som habitus, kapital og felt.

Det som Bourdieu (1993) understrekjar er at for å forklare begrepa habitus, felt og kapital, så må det gjerast i eit teoretisk system som dei er ein del av og aldri i isolert tilstand; «Dei blir laga for å brukast empirisk på systematisk måte» (Bourdieu og Wacquant 1993, s. 81).

Desse begrepa må ikkje sjåas på kvar for seg, men sjåas i samanheng. På den måten ynskja Bourdieu å kunne koma vekk frå tidlegare og anna sosiologisk tekning som i større grad delar opp tekninga og forklaringane. Han ynskja å få vekk oppsplittinga mellom subjektivisme og objektivisme ved å utarbeide eit sett begrep og metodologiske tilnærminsmetodar som kan forklare i større grad hendingar og veremåtar (Bourdieu og Wacquant 1993).

2.2.1 Felt

Felt er noko vi alle er ein del og vi kan tilhøyre ulike felt eller fleire felt. Bourdieu (2005) forklarar begrepet felt på denne måten:

- a field is a field of forces within which the agents occupy positions that statistically determine the positions they take with respect to the field, these position-takings being aimed either at conserving or transforming the structure of relations of force that is constitutive of the field (Bourdieu 2005, s. 30).

Forklart på ein anna måte er felt eit område eller eit sosialt rom som eit menneske tilhøyre. Eit menneske tilhøyre som regel fleire felt. Eit felt kan vera t.d. eit bestemt samfunn, eit sosialt nettverk, politisk ståstad eller utdanning i følgje Fairclough (2010).

Felt er eit nettverk eller eit sett av objektive posisjonar som gjer at vi tilhøyre eit bestemt felt. I eit felt så ligg det føringar for kva som skal til for å tilhøyre eit bestemt felt og kva fortenester som ein kan oppnå eller miste innafor eit felt skriv Bourdieu (1993). Døme på dette er at innafor det økonomiske felt så er det assosiert med pengar og lite fokus på følelsar, mens innafor det religiøse feltet er fokuset på følelsar og lite på pengar. Dette knytter begrepet felt saman med kapital begrepet. Same kva felt det er snakk om, så vil posisjonen i det feltet avgjere kva kapitaltype ein tilhøyre i følgje Bourdieu (1993). Eller sagt på ein anna måte: kor stor makt og relevant kapital ein person har i eit felt er med på å plassere den personen inn i eit eller fleire kapitaltypar og kvar i hierarkiet av kapital ein hamnar i:

- Sagt på ein anna måte, det finst kort som er gyldige, verknadsfulle, i alle felt – det er dei grunnleggjande kapital-typane – men den relative verdien dei har

som trumfkort varierer med felte og jamvel med dei suksessive tilstandane av eitt og same feltet (Bourdieu 1993, s. 83).

Det Bourdieu (2005) påpeikar er at for å forstå eit fjersynsprogram, ein avisartikkel eller ei bok, så må ein forstå strukturane i det ein ser eller les som gjer at det knyttas til eit bestemt felt eller fleire felt som lyttaren eller lesaren forstår. Bourdieu (2005) seiar at for å gjera ei sosiologisk analyse er det nødvendig å sjå på det politiske feltet, samfunnsvitenskaplege feltet og det journalistiske feltet, og sjå på relasjonane dei i mellom.

Det journalistiske feltet

Det Bourdieu skriv er for å forstå kva som blir skriva i ein tekst, så må du vite kven som skreiv teksten, når blei teksten skriva, korleis blei teksten skriva og kva språk det er skriva i. På den måten kan ein finne kva felt teksten tilhøyrer. Innafor det journalistiske feltet, så er det ikkje utan betydning å vite kven som finansierer publikasjonane, kven er kjøparane/abonnentane og liknande. Dette er for å kunne forstå graden av autonom (sjølvstyre) i feltet. I det journalistiske feltet er det svak grad av autonom påpeikar Bourdieu, men han understrekar at det er viktig på bakgrunn av dette å forstå teksten ut frå eit «social universe» - mikrokosmos syn (Bourdieu 2005).

- Part of what is produced in the word of journalism cannot be understood unless one conceptualizes this microcosm as such and endeavor to understand the effects that the people engaged in this microcosm exert on one another. (Bourdieu 2005, s. 33)

Grunnen til at Bourdieu (2005) spesielt dreg fram det journalistiske feltet er at media har fått eit større fotfeste i samfunnet dei siste åra. Bourdieu understrekar at det er ikkje journalisten som har fått meir makt, men makta media har fått over andre felt, spesielt det som gjeld symbolsk område og produksjon, på feltet som har med samfunnsvitenskap og det politiske feltet. Hovden (2001) støttar opp om dette ved å skriva at journalistikken har fått merkbar større posisjon i det sosiale feltet og at vi difor kan snakke om det journalistiske feltet aleine. Bourdieu forklarar dette med at det journalistiske feltet har stor treff flate ved at dei har eit stort publikum og er synlege. På den måten har dei mogleghet til å påvirke andre felt t.d. det politiske feltet (ibid.).

I boka til Prieur og Sestoft (2006) så kjem det fram at nesten alle felter er strukturert mellom autonom pol (egen logikk, internt) og heteronom pol (eksterne makter, t.d. økonomi, politikk). Innafor det journalistiske feltet, som Bourdieu framhevar spesielt, så seier han at den autonome journalistikk er gravejournalistikk, som har som mål å bringe den ubehaglige sannheten fram og den heteronome journalistikk som har som mål å lage historiar som er lite støtande som har eit minimum av kontroversielt eller teknisk innhald i følgje Prieur og Sestoft (2006).

Det som Bourdieu (2005) understrekjar som årsak til at det er låg grad av autonomitet innafor det journalistiske feltet er motstanden mellom det autonome polen og det heteronome polen:

- is structured on the basis of an opposition between these two poles, between those who are «purest», most independent of state power, political power, and economic power, and those who are most dependent on these powers and commercial powers (Bourdieu 2005, s. 37).

Hovudårsaken til dette er den aukande fokuset på økonomi innafor det journalistiske feltet. Spesielt er den framtrekande rolla som fjersynet har fått dei siste åra påstår Bourdieu (2005), men han tilføyer at fokuset på kommersialiseringa ikkje er eit ubestridt tema innan det journalistiske feltet. Framleis har den kulturelle kapital ei framtrekande rolle innafor papirpressa og tidskrifter. Det at journalisten ynskjer å seta kritisk søkjelys på saker og på den måten skape debatt i samfunnet. Dette tilhøyrer den autonome sida av det journalistiske feltet. Dette er eit sentralt punkt i forhold til problemstillinga eg skal jobbe med i denne avhandlinga, som går på fokuset media har på mennesker.

For å forstå kva som skjer i det journalistiske feltet, så må ein sjå på graden av autonomitet i feltet. Dette går på kva posisjon ein journalist har i det journalistiske feltet, som kan vera med på å auke t.d. salet av aviser eller unngå påleggingar frå staten. Dette innebærer at det er ein kamp om kapital mellom t.d. aviser om å få tak i journalistar som kan lage reportasjar som sel for avisa. Dette er journalistar med høg kapital i det journalistiske feltet. Dette treng ikkje nødvendigvis gå på «djupe» historiar, men sensjasonelle reportasjar om kjendisar og liknande og kva grad av posisjon journalisten har i det sosiale spelet som kan bidra til økonomisk gevinst i følgje Bourdieu (2005). Dette forklarar presset på autonomiteten innan media i dag og kampen om større avkastning og inntening gjennom auka bruk av reklame i følgje Slaatta (2003). I tillegg til kravet om økonomisk kapital i det journalistiske feltet kjem kravet om

kulturell kapital som ein viktig eigenskap hjå journalisten for styrke si eiga rolle i det journalistiske feltet og mediumet journalsiten representerar (von der Lippe 2010).

Kan det vera med å forklare kvifor livsstil, trening og helse har fått større oppmerksomhet dei siste åra i media? Det ynskjer eg å kunne belyse meir under analysinga av ulike mediatekstar retta mot diskursorden livsstil i denne avhandlinga.

2.2.2 Habitus

Bourdieu dreg med seg dei to retningane fenomenologien og strukturalismen, og det er her han hentar bl.a. begrepet habitus. Habitus er ikkje noko nytt begrep som Bourdieu har finne opp. Ordet kjem frå latin, men det har blitt bruka både innan fransk og tysk språk. Bourdieu har gjeitt ordet habitus ein meir spesifikk betydning og det har blitt eit sentralt teoretisk begrep. Habitus er med på å forklare kvifor mennesker handlar slik dei gjer i ulike situasjonar eller tolkar ulike situasjonar på ein bestemt måte. Bourdieu forklarar dette i boka *Outline of a Theory of Practice* (1977) ved å sei at vi alle er forma av – inkorporert av historia; «..in each of us, in varying proportions, there is part of yesterday's man; it is yesterday's man who inevitably predominates in us” (Bourdieu 1977, s. 79).

Dette forklarar Bourdieu nærmare i ei seinare bok òg (1993) ved å sei at habitus er med på å konstituere feltet og dette gjer at vi kan forstå verda. Prieur og Sestoft (2006) forklarar òg habitus: «Habitus er således et sæt erhvervede, i betydningen tillærte, dispositioner for at handle på bestemte måder» (Prieur og Sestoft 2006, s. 38-39).

Disposisjonar kan forklarast som noko ein dreg med seg gjennom kroppen eller som min førelesar sa under ei førelesning: «det sitter i ryggmargen».³

Habitus kan forklarast nærmare som dei ulike disposisjonar ein dreg med seg i frå barndommen og gjennom livet, som gjer at vi handlar slik vi gjer i ulike situasjonar eller kan handle i ulike situasjonar, men gjer det ikkje nødvendigvis for det. Bourdieu forklarar vidare at habitus er den sosialiserande kroppen og den strukturerte kroppen. D.v.s. at kroppen er forma av den strukturerte verda den er ein del av forklarar Prieur og Sestoft (2006). Det at

³ Gerd von der Lippe, førelesning 21.01.2010

vi er ein del av den sosiale verd vi lever i er med på å forme korleis vi tenkjer, handlar og ser verda på. Kroppen er forma av det samfunnet vi er ein del av. Bourdieu er spesielt opptatt av den kroppsorienterte forståelsen av handling. Han er i motsetning til Descartes og Platon opptatt av å sjå på kroppen som eit heilt individ. Descartes og Platon delte kroppen i to og meinte at kroppen var delt i ein del kropp og ein del sjel. Bourdieu påstår at eit menneske handlar utan at det har vore gjennom bevisstheten til eit menneske i følgje Prieur og Sestoft (2006). Dette gjer at når vi går inn i ein situasjon eller relasjon i eit felt som vi er ein del av, så blir vi ikkje sjokkerte eller overraska. Fordi vi kjenner til denne verda gjennom habitus og som vi er eit produkt av. Bourdieu beskriv denne situasjonen ved å sei:

- Og når habitus går in i ein relasjon med ei sosial verd som den er produktet av, så har habitus det som fisken i vatnet og verda blir oppfatta som noko som kjem av seg sjølv, som noko sjølvsgatt (Bourdieu 1993, s. 113).

For at habitus skal føle seg som fisken i vatnet, så må det eksistere ein relasjon mellom habitus og feltet.

Kva felt ein tilhøyrrer kan vera med på å forklare kva habitus eit menneske har og dermed handlingane som det menneske vel å føreta. Det Bourdieu understrekjar er at mennesket sin habitus kan endre seg over tid, men at dette er prosess som tek tid. Habitus kan variere i forhold til kva felt eit menneske er i eller tilhøyrrer.

2.2.3 Kapital

Bourdieu har utvikla eit begrep som han kalla kapital. Begrepet er utvikla ut frå økonomi, som vi forbind med ordet kapital, men sett frå ein sosiologisk vinkling. I følgje Bourdieu (2006) kan kapital presenteras i tre ulike formar: økonomisk kapital, kulturell kapital og sosial kapital. Bourdieu snakkar om ein fjerde kapitalform; symbolsk kapital. Symbolsk kapital går på verdsetting og kan knyttas til alle dei tre kapitalformane, så lenge det blir forstått symbolsk.

Det Bourdieu understrekjar er at kjernen i kapitalbegrepet er å; «tænke historien ind i sociologien på» (Prieur og Sestoft 2006, s. 89). Med dette meiner han at det sosiale livet til eit menneske byrjar ikkje på eit bestemt tidspunkt, men er forma av arv og historie. Dette vil prege kvar enkelt menneske veremåte og handlingsmønster.

Kapital er med på å plassere aktører/menneske i eit sosialt hierarki etter kva plassering ein har innafor eit kapitalbegrep. Dette kan gå på kor mykje utdanning ein person har kontra ein annan person, og som avgjer kor i det sosiale hierarkiet ein hamnar (Prieur og Sestoft 2006). Difor kan kapitalbegrepet forstås som eit analyseverktøy for å forstå forholda rundt aktørane og kan vera med på å forklare kvifor ein aktør handlar på bestemte måtar (ibid.)

Kapital er knytta til makt og ulike typar makt. Vi er alle ein del av alle desse fire kapitalretningane eller posisjonane, men nokon kan ha meir enn andre innafor dei ulike kapitalretningane, og dermed plassere kvarandre ulikt i det sosiale hierarkiet. Eg vil no ta for meg nærmare dei ulike kapitalformane.

Økonomisk kapital

Økonomisk kapital er utgangspunktet for dei andre typane kapital.

- De ulike typene av kapital kan utledes fra økonomisk kapital, men bare til prisen av en større eller mindre innsats i forhold til den omforming som er nødvendig for å produsere den type makt som er effektiv i det aktuelle feltet (Bourdieu 2006, s. 21).

Med økonomisk kapital meiner eg ein kapital som er basera på økonomi og verdier. Dette kan eg forklare meir ved å vise til Bourdieu (2006) der han forklarar begrepet ved å vise til at nokre varer og tenester får vi tilgang til med ein gong gjennom økonomisk kapital ved at vi betalar for desse varene og tenesten. Andre ting kan ta lengre tid for å oppnå ved at det bare kan oppnås gjennom sosial kapital ved å tilhøyre ei bestemt gruppe med bestemte relasjonar. Dette kan vera at ein må ta ein lengre utdanning for å få ein godt betala jobb, som ein kanskje bare kan oppnå gjennom ein bestemt krets. Når dette har skjedd så oppstår økonomisk kapital. Dette kan vidare knyttas til kulturell kapital ved at ein person kan opparbeide seg til ein bestemt profesjon, t.d. ein akademisk tittel eller leiar tittel som blir verdsatt.

Dette avheng òg av posisjonen dei ulike kapitalbegrepa har i eit bestemt felt for å gje verdsetting. Til dømes viss vi ser på det journalistiske feltet, så er økonomisk kapital å kunne selgja flest mogleg aviser, ha flest sjåarar og tene mest mogleg pengar. Kulturell kapital i det journalistiske feltet er t.d. å vera redaktør i VG, som er Noregs største avis i opplag og på den måten verdsetting som redaktør. Sosial kapital i det journalistiske feltet er å tilhøyre ei gruppe

journalistar som jobbar i VG, og dette innebærer å til høyre ei gruppe med ein bestemt profesjon.

Kulturell kapital

Kulturell kapital beskriv Bourdieu (2006) på tre måtar; den kroppsleggjorte, den objektive tilstand og ein institusjonlisert tilstand.

- Kulturell kapital eksisterer i tre former: i den kroppsleggjorte tilstand, det vil si i form av varige disposisjoner i bevissthet og kropp; i den objektive tilstand, i form av kulturelle goder (bilder, bøker, oppslagsverk, instrumenter, maskiner etc.) som er sporene eller realiseringene av teorier eller kritikk av disse teoriene, problematikker etc.; og i en institusjonlisert tilstand, en form av objektivisering som må settes i en særstilling fordi den, slik vi skal se i tilfellet med utdanningskvalifikasjoner, overfører fullstendig originale egenskaper på den kulturelle kapitalen som den forutsettes å garantere (Bourdieu 2006, s. 8)

Den kroppsleggjorte tilstanden kan forklarast gjennom sosialiseringprosessen eit menneske gjennomgår gjennom livet. Dette går i stor grad ut på korleis eit menneske er påverka av arv og historie, og i hovudsak retta mot primærsosialisering frå dei nære relasjonane. D.v.s. korleis eit menneske bl.a. kler seg, pratar, bevegar seg, kunnskap og smak. Dette kan knyttast til begrepet habitus, som forklarar eit menneske sin oppfattelsar og handlingar. Dette skjer i stor grad automatisk i familien i frå generasjon til neste generasjon gjennom måltider og andre aktivitetar som familien gjer saman i følge Prieur og Sestoft (2006).

Den objektive tilstanden innafor den kulturelle kapital har å gjera med objektive gjenstandar å gjera, t.d. bøker, malerier, bygningar osv. Dette kan plasserast i samanheng med den kroppsleggjorte tilstanden. Til dømes er du opptatt av å studere og lese, så vil nok heimen bestå av bøkar og ein eller fleire datamaskiner. Den objektive tilstanden under den kulturelle kapital kan òg knyttast til den økonomiske kapital gjennom verdier i t.d bygningar og malerier. Det Bourdieu understrekar i følge Prieur og Sestoft (2006) er at dette må sjåas i ein breiare kontekst. Fordi bak ein lik utdanningsgrad hjå to personar, så kan det skjule seg to ulike bakgrunnar. Den eine kan kome frå ein familie kor han/ho er den første som tek ein høgare høgskulegrad, mens den andre personen kan kome frå ein familie som i fleire generasjonar har

tatt høgare utdanning. Dette kan setast i samanheng med habitus og at den kan endrast, men at det tek tid i følgje Bourdieu.

Når vi ser på den institusjonaliserte tilstanden i den kulturelle kapital, så er det retta mot det offentlege samfunnet. Det kan vera ein person som har tatt ein offentleg verdsatt universitetsgrad, t.d. doktorgrad. Denne graden vil eksistere sjølv om denne personen ikkje utviklar seg i takt med tida, så vil den offentlege verdsatte tittelen eksistere i følgje Prieur og Sestoft (2006). Dette er ein måte å objektivere den kulturelle kapitalen og nøytralisere det kroppsleggjorte. På denne måten forklarar dette at den kulturelle kapital ikkje bare er basert på arv og historie (kroppsleggjort), men òg kan basere seg på offentlege akademiske kvalifikasjonar gjennom t.d. ta ein doktorgrad i følgje Bourdieu (2006).

Sosial kapital

Sosial kapital går ut på å tilhøyre ei gruppe eller fleire grupper som blir verdsatt eller har eit varig nettverk som består av meir eller mindre institusjonaliserte relasjonar av gjensidige bekjentskaper. Dette kan vera familien, studiegruppe, kollegaer, partigruppe eller stamme. Desse forbindelsane må vera av varig karakter. Sosial kapital har bare ein praktisk form og er basera materiell og/eller på symbolsk bytte, og at medlemmane i gruppa har felles interesser eller bakgrunn i følgje Bourdieu (2006). Til dømes felles familienamn eller tilhøyre same politisk parti. Det Prieur og Sestoft (2006) skriv er at sosial kapital ikkje må forvekslast med økonomisk kapital, fordi sosial kapital går på tillit ut frå eit samfunnsmessig syn.

Det Bourdieu (2006) formidlar er at den sosiale kapital størrelse er avhengig av størrelsen på nettverket/gruppen for å bli verdsatt. Det er ikkje utan betydning kva størrelsen på økonomisk kapital, symbolsk kapital og kulturell kapital nettverket/gruppa har. Fordi det forutsett eit minimum av objektiv homogenitet for å bli verdsatt, for å sei at det tilhøyrer den sosiale kapital. Prieur og Sestoft (2006) forklarar dette med at for å kunne tilhøyre visse grupper så krev det tid, arbeid og det å kunne bevege seg i dei rette sirklane. Dette kan innebære at ein er avhengig av økonomisk og kulturell kapital. Til dømes at ein treng pengar til gåver og reiser (økonomisk kapital) for å høyre til ein fin familie (sosial kapital), og ta ein doktorgrad (kulturell kapital) for å høyre til ei akademisk gruppe (sosial kapital). Omvendt er at sosial kapital kan opne dører for å få økonomisk og kulturell kapital ved; «f.eks når man har

erhvervet en høy uddannelse, men alligevel er nødt til at «kende nogen» for at få et bestemt job» (Prieur og Sestoft 2006, s. 93).

Gjennom å få denne jobben kan denne personen få økonomisk og kulturell kapital.

Symbolsk kapital

Det siste kapitalbegrepet eg skal forklare er symbolsk kapital. I følge Prieur og Sestoft (2006) blir symbolsk kapital kalla det mest grunnleggjande begrepet i Bourdieus sosiologi. Symbolsk kapital ligg ikkje ved sidan av dei andre kapitaltypene, men eksisterer i dei ulike kapitaltypene eller i samspel mellom dei ulike kapitaltypene.

- Symbolsk kapital er simpelthen den form eller tilstand, enhver kapital eller blanding af kapitler kommer til at antage, når den/de binges i spil i en social sammenhæng, hvor den/de bliver anerkendt, tilskrevet værdi og dermed giver social anseelse (Prieur og Sestoft 2006, s. 94).

For at det skal oppstå verdsetting (symbolsk effekt), så må det vera ein etterspurnad etter dette blant mennesker og vera ein del av deira habitus for å forstå/gjenkjenne denne type kapital (Prieur og Sestoft 2006).

Døme på dette kan vera å gå på ski til Nordpolen. Dette at nokon vel å gjera det er noko utanom det vanlege, men samtidig noko mennesker kan forstå og har høyrte om. Dette utgjer noko eksklusivt og gjev verdsetting innafor visse miljø. I dette tilfelle kan ein knytte dette mot sosial kapital og det å tilhøyre ei gruppe mennesker som har til felles å utføre ulike ekspedisjonar. Dette kan òg bli knytta til økonomisk kapital ved at denne personen som går til Nordpolen etter ekspedisjonen skriv bøkar, som han kan tene gode pengar på eller har gode sponsorinntekter til å dekkje ekspedisjonen, og/eller ved at personen er rik og har alle tilgjengelege midlar for å kunne gjennomføre ulike ekspedisjonar. Dette dømet forklarar korleis begrepet symbolsk kapital går inn i andre kapitalformar, som i dette tilfellet sosial kapital og økonomisk kapital, og bidreg til å gje verdsetting (symbolske kapital) innafor desse kapitalformane.

2.2.4 Symbolsk kapital og makt

Eit sentralt tema i mi problemstilling er å sjå om VG konstruerer trenings- og helsediskursen og då er det relevant å sjå på makt i forhold til media. Slik som eg skreiv innleiingsvis i forhold til kapitalformane, så kan begrepet kapital knyttas saman med makt. Ved å belyse begrepet makt i forhold til Bourdieu og journalistiske feltet, så kan det belyse om media har makt eller ikkje. På den måten kan teorien byggje opp rundt eventuelle påstandar eg vil kome med i forhold til analyse av ulike mediatekstar.

Eg vil vise til teorien Bourdieu har i forhold til makt. Bourdieu forklarar makt ved å sjå på kor ein aktør er plassert innafør det sosiale hierarkiet i ein kapitalform og det er med på å forklare i kor stor grad den aktøren innehar makt i sin posisjon. Som eg tidlegare har nemnt kan ein aktør inneha fleire kapitalformer i følgje Bourdieu og dermed tilgang på makt. Når aktørane innehar stor besittelse av kapitalformar, så innehar aktøren symbolsk makt. På den måten har aktøren større sannsynlegheit for å få gjennomslag for sine ynskjer (Bourdieu 1996).

I boka «*Symbolsk makt*» (1996) beskriv Bourdieu symbolsk makt som ein nesten magisk makt der ein kan gjennom utsagn kan få andre til å tru på ei oppfatning. Denne magiske makta er omtrent like sterk som økonomisk- og fysisk makt. Det som er viktig å understreke er at symbolsk makt verkar bare når den blir verdsatt i det feltet kor den som utøvar makta og kor mottakar av makta held til i. Det som gjev symbolsk makt er at den som høyrer, les eller ser, trur på det som blir sagt, skrive eller vist (Bourdieu 1996). Måten Bourdieu beskriv makt på, så er det ikkje retta mot bruk av fysisk vald, men å sjå på korleis makt er synleg i forbindelse med kommunikasjon, språk, symbolar og media i følgje Slaatta (2003).

Det Bourdieu meiner er at tidlegare i historia så forsto mange ikkje kva makt var, fordi dei ikkje kunne beskrive makt i samfunnet, mens i dag er makt synleg overalt og kan beskrivas og forståas, fordi dei blir akseptert som gyldige. For å forstå dette, så meiner Bourdieu at innan forskning er det viktig å gå bak det som mange oppfattar som makt og sjå på kva er det som gjer at dette blir oppfatta som makt i følgje Slaatta (2003). Bourdieu beskriv dette gjennom: «symbolsk makt er denne usynlige makten som bare kan utøves med delaktighet av de som ikke vet at de ligger under for den, eller endatil ikke vet at de utøver den» (Bourdieu 1996, s. 38).

Det Bourdieu ser etter for å finne ut av bruk av makt er å sjå på språket og symboler ved ei handling, og sjå på avsender eller ein aktør. På den måten sjå på kva er det som er i mellom handlinga og avsender eller aktør. Fordi Bourdieu meiner at ein kvar handling mellom

mennesker i eit samfunn har ein symbolsk effekt eller verdi. Dette er knytta til posisjonen og status til avsender i samfunnet og kva relasjonar det er mellom dei ulike posisjonane i følge Slaatta (2003). Denne type makt – symbolsk makt er ikkje synleg i kommunikasjonen, men er ofte skjult i det som blir sagt, gjort eller skrevet og den kjem i tillegg eller uavhengig til det som faktisk blir sagt, gjort eller skrevet. Ved å bruke kommunikasjon og symbolbruk så kan dette oppretthaldast og bekrefte symbolsk makt, ved å sjå på relasjonane mellom posisjonane.

For å forstå symbolsk makt så må ein sjå på kva felt det er knytta til å kva dominans og herredøme som eksisterar ut frå kva posisjonar aktørar har i eit felt. Når dominansen har blitt avdekkja, så kan ein få ein forståelse for korleis kampen om symbolsk kapital og dominans i mitt tilfelle - det journalistiske feltet og korleis dette verkar inn på feltet som heilhet skriv Slaatta (2003).

Det eksisterar to formar for symbolsk makt:

1. Media kan gje verdsetting og legitimitet til aktørar, grupper, felt eller kretsløp som dei omtalar. Dette gjennom å formidle ytringar og symbolske system. Formidlinga skjer av nokre og dette «nokre» (person, organisasjon, forfattar, journalist) er det viktig å sjå på i forhold til kva posisjon dette «nokre» har i samfunnet og kva relasjonar «nokre» har til samfunnet rundt seg. Når ein kan kartleggje denne posisjonen, så kan ein sjå om den er ein form for symbolsk makt eller kapital som eksisterar gjennom verdsetting av det som blir formidla gjennom ytringar og symbolsk system.
2. Media har ei rolle i forhold til korleis ytringar blir formidla. Media skal formidle ytringar for andre, men samtidig kan ein redaksjon forme det som blir formidla. Det kan vera gjennom å leggje til bileter, overskrifter og lyd, som kan gjera at ytringane blir framstilt på ein anna måte. Dette har å gjera med at media ikkje er nøytrale formidlarar, men eit ynskje om spele på dramaturgi for å oppretthalde medias symbolske makt (Slaatta 2003).

3 Mediemakt og tabloidisering

I denne delen vil eg leggje fram medias innflytelse på omgjevelsane sine sett gjennom eit maktperspektiv og den norske medieorden. Det vil òg leggest fram ulike retoriske grep journalistane nyttar ved formulering av avisartiklar og kva strategiar som blir nytta ved analysering, og kva tabloidisering er for noko med fokus på Noregs mest leste riksavis Verdens Gang (VG).

3.1 Mediemakt

Mediemakt er noko flytande og diffus, og kan verke både produktiv og destruktiv (von der Lippe 2010). Media er med på å setja saker på dagsorden både i positiv og negativ retning. Media kan blåse opp skandaler og setja moral på prøve. Det å leggje fram skandaler kan vera eit uttrykk for ein moderne avsløringskultur og ein intimisert offentlegheit (Eide 2001). Media kan bli brukt i forhold til moralsk ansvar å skulle avsløre saker som er feil i samfunnet. Det moderne samfunnet består av ulike felt, systemer og nettverka som står i relasjonar til kvarandre. Det er flytande grenser i mellom dei og makt ligg ikkje i eit bestemt felt eller hjå ein bestemt aktør: «Makten er mangfoldig og flytende, og kommer typisk til uttrykk gjennom diskurser og rådende logikker» (Eide 2001, s. 16).

von Der Lippe (2010) understrekjar at media har eit samfunnsansvar gjennom å vokte og forvalte demokratiske rettigheter. Ytringsfridomen må oppretthaldast og vaktbikkja må eksistere i den medierte verda. Eide (2001) understrekjar òg journalistens 'voktarrolle' av det offentlege står sentralt. På den andre sida har vi dei ulike institusjonane og aktørane som er klar over mediens måte å jobbe på og deira store slagkraft blant publikum. Dei er klar over at viss dei 'spelar korta riktig' kan bruke media sin logikk for å nå sine mål. Det er dette Eide (2001) kallar mediens premissmakt (kva skal leggjast fram), logikkmakt (kva er nyheten), bakromsmakt eller korridormakt (kva rolle har mediehuset) (Eide 2001, von der Lippe 2010). Denne kommunikasjonen som eksisterar mellom eit felt er med på å setja premisser på eit anna felt og at dette er ein aukande tendens i dagens samfunn: «I staten, på markedet og i det sivile samfunn er det tegn til journalistiske forståelses- og formidlingsformer griper om seg» (Eide 2001, s. 31).

Premissmakt kjem til syne i avisartiklane i forhold til vinklinga av artikkelen. Det fortel oss kva det blir fokusert på. Det som kjem fram i vinkling i ein avisartikkel er kva journalisten ynskjer å tematisere og belyse i ein artikkel. Eide påstår at journalistens rolle har endra seg frå

å leggje fram nye saker til ein som tek tak i 'halvfabrikata' saker og pakkar det inn med dramaturgi og formar det om til eit ferdig produkt. Dette er sett i samanheng med strengare krav om økonomisk avkastning i norsk journalistikk. Journalistikken har òg endra seg i retning av å ta på seg saker for å hjelpe forbrukarane. Eide brukar begrepet servicemakt for å forklare korleis journalistikken tek på seg saker for å hjelpe forbrukarane. Servicejournalistikken tek for seg kvardagslege slagsider og farefulle sider av samfunnet, og denne journalistikken skaper seg maktpotensiale i samfunnet (Eide 2001).

3.2 Den norske medieorden

1980-talet kjem med store endringar innan media. Då slår tabloidiseringa til for fullt og det skjer ei maktendring/forskuving frå partipolitiske perspektiv og over til profesjonelle rutiner for journalistikk og nyhetsproduksjon. Tidlegare var avisene i langt større grad knytta til politiske parti og makta låg hjå partia. Det ein ser i dag er at politiske parti brukar media for å få fram sakene sine og media er med på å forenkla saker, seta det på spissen med ein auka grad av personfokusering. Dette er ein del av journalistikken i dag og media får ofte skulda viss ting går feil, og blir ofte framstilt negativt (Slaatta 2005). Det vi kan sjå i Noreg og i Skandinavia er at populærpressa har klart å halde på moralske premisser meir enn i andre land, men at det er auka grad av intimisering og bruk av dramaturgi rundt pressa (Eide 2001).

Kven som eig avispressa i dag har endra seg frå i vera i private hender og no tilhøyre store konsern som Orkla og Schibsted. Det er auka fokus på økonomisk gevinst. Journalisten rolle har endra seg i takt med den teknologiske utviklinga. Journalisten sit ikkje lengre med einerett på å skrive mediatekstar. Digitaliseringa har gjort det slik at alle kan kome inn på mediadomène og kome ut med sine meiningar:

- digitale medieutviklingen åpner for at kilder, partier, organisasjoner og bedrifter vinner tilbake noe av kontrollen over informasjonsformidlingen som de før tapte til sterke, uavhengige journalister og medier (Slaatta 2005, s. 83).

Nyhetsmediene har lenge vore den mediainstitusjonen med størst mediamakt. Slaatta (2005) påstår at nyhetsmediene er pressa og svekka, fordi dei opplever eit auka tidspress og løper større risiko for å vera først ute med nyhetar. Dette kan gå på truverdigheten og lønsamheten laus. Det er andre mediasjangargar og formater som vekst fram som sterke konkurrentar til nyhetssjangeren.

Ein ser ein samanheng med aukanda økonomisk framgong i Noreg dei siste 30 åra og nisjeaviser som Dagens Næringsliv, Finansavisa og Klassekampen sin framgong. Innafor «middelklassa» så er det tabloidavisene som dominerar, men ein ser ein antydning til ei urban kulturelite og rural opposisjon, som gjer at aviser som Morgenbladet, Klassekampen og Nationen har ein viss framgong. Det at posisjonen til dei ulike mediene følgjer dei ulike sosiale gruppene i samfunnet er ikkje ei eintydig makt, men blir sett på som ein diffus og spredt makt (Slaatta 2005).

Professor Martin Eide skriv i sin bok *Journalistisk makt. Et oppslag* (2001) om journalistikk og makt som ein samanfiltrering der ein ser journalisten samanfiltrar politikk, maktkamp, kvardagsliv og populærkultur i det han/ho skriv. Det er ikkje lengre slik at nyhetsjournalisten eller den undersøkjande journalisten har øymerke på å skrive om politikk og samfunnet. No kan ein journalist som dekkjer kjendisliv eller idrett uttale seg om politikk og samfunn òg. Det er meir bruk av patos i det journalistiske felt i dag enn før ved bl.a. å ta i bruk dramaturgi for å skape bles om saker og hendingar.

3.3 Kven set dagsorden?

Hovudbodskapen bak begrepet «å seta dagsorden» er at det er journalisten som skal vera den styrande og aktive part i kontakten om kva kjelder som skal nyttas og saker som skal leggjas fram. Det er ikkje meininga at journalisten skal vera ein passiv formidlar, men ein aktiv formidlar (Eide red. 2001). Det er fleire som påstår at det er andre enn journalisten som påverkar kva som skal setas på dagsorden i dag enn tidlegare.

Kampen om seta dagsorden er ein kamp mellom ulike medier om å fange oppmerksamheten til publikum og ein kamp om innhaldet i mediene. Val av kjelder er eit signal om kva institusjonar og personar journalistikken meiner det er viktig høyre på. Når institusjonar og personar utnyttar medias makt over publikum, så har dei innflytelse på kva media tek opp og presenterar det til publikum (Allern 2001).

3.4 Retorikk

Retorikk tyder læren om talekunst. Kunsten å kunne formidle truverdighet både skriftleg og munnleg. Tidlegare var det knytta til den munnlege framføringa, men med den samfunnsmessige utviklinga har dette endra seg. I dag snakkar vi i større grad om

tekstvitenskap og bruken av språklege figurar og metaforer forklarar professor Anders Johansen (2002).

Retorikk er eit sentralt område i media og for journalisten, og tyder læra om talekunst. Retorikk er fleire tusen år gamal. Den er den eldste av alle humanvitenskaplege disiplinane, og mor til alle andre. Bl.a. filosofien, lingvistikken, litteraturvitenskapen og mediesosologien (Johansen 2002, von der Lippe 2010). Aristoteles (2006) sa at retorikk betyr evnen til å sjå kva mogleghetar vi har til å overtale; til å skape truverdighet. Skapar journalisten truverdighet gjennom det han/ho formidlar gjennom ein mediatekst? Det er eit viktig spørsmål i dette studie.

3.4.1 Etos, logos og patos

Måtar journalistar skapar truverdighet eller evner å overtale er gjennom bruk av ulike midlar eller grep. Aristoteles kalla desse midlane eller grepa: etos, logos og patos (von der Lippe 2010).

Etos er i denne samanheng kva inntrykk journalisten kan gjera på lesarane. Dette går på journalistens faglege identitet, image og medietekke (ibid.). Kven som skriv mediateksten er ikkje utan betydning: « En sportsjournalist med høy troverdighet i sitt fagområde har i utgangspunktet en bedre sjanse til å bli hørt enn en nykommer i feltet.» (Lippe 2010, s. 53).

Logos går på sakleg argumentasjon og korleis journalisten tek i bruk allmenne fakta for å overbevise lesarane i det som blir formidla. Er journalistens logos sterk, så styrkar det journalistens etos. Journalistens bruk av etos er for å skape inntrykk hjå lesarane. Det kan vera den faglege kunnskapen hjå journalisten eller journalistens eigen image eller medietekke. Innafor journalismen er bruken av patos stor. Patos går ut på at journalisten spelar på det følelsmessige i budskapet han/ho ynskjer å formidle til lesarane og eit ynskje om lesarane skal kjenne att desse følelsane eller forstå desse følelsane (ibid.). Det kan vera å ta i bruk bl.a. stereotypier og andre følelselada ord. Stereotypier vil vera vesentleg for meg å sjå etter i denne avhandlinga og er eit av delmåla i problemstillinga eg har satt.

3.4.2 Stereotypi

Forfattar og journalist Walter Lippmann (1997) skreiv at stereotypier er noko som kjem til uttrykk ved at vi dreg med oss nedarva tradisjonar og folk har eit bilete av ein mogleg verd, men ikkje ei komplett verd. Det kan vera at vi trur ting er slik, før vi har erfart det sjølv. Det

kan vera delvise sannheter som kjem til uttrykk, før vi har erfart dei. Det er knytta mykje følelsar til stereotypiar og derfor erfarar vi dei ikkje nøytralt.

Stereotypi blir bruka og eksisterar innafor media. von der Lippe (2010) forklara stereotypi som klare forenklingar som viser veldig begrensa del av antatt typiske trekk. Stereotypi blir som regel bruka i negative samanhengar og er knytta til sosiale og kulturelle betegnelse på individer, grupper og nasjonar. von der Lippe har satt stereotypi saman med kjønn og det viser eit godt døme på kva stereotypi er for noko: «Kjønnsstereotypier er da bilder og tekster som uttrykker overforenklaede, fikserte og gammeldagse forskjeller i tanke og handling mellom de to kjønn» (von der Lippe 2010, s. 191).

Eit døme dette var då langrennsløparen Marit Bjørgen stilte opp i kjole under Idrettsgallaen 2012 og som viste hennars muskuløse armar. Det same gjorde langrennsløparen Charlotte Kalla, mens Marcus Hellner blei framstilt på ein anna måte i VGs Sportbilag:

- «Leder i minMote.no, Sonia Huanca Vold mener Bjørgen gjør klokt i å være mer tildekt neste gang hun går til fest med fotografer rundt seg. - Hun burde ikke velge kjoler som fremhever musklene, sier Vold. Men Bjørgens svenske konkurrent Kalla hadde åpenbart ikke hørt på råd fra moteeksperter før hun pyntet seg til fest i Stockholm i går kveld. Hun sto på scenen i Globen i en nesten identisk kreasjon. Langrennsstjernen Marcus Hellner derimot skjulte sine råsterke armer i en meget pen smoking».⁴

Kva som er akseptabelt å vise av veltrena kroppar i dette døme, verkar som det er bestemt ut av kjønn i dette tilfellet. Eg skal ikkje utdjupe dette døme meir, men det viser korleis stereotypi eksisterar i media og har gjort det lenge. Spesielt i forhold til kjønn. Det tek tid å endre og viser at stereotypi har makt (von der Lippe 2010). Johansen (2002) forklarar dette ved å sei at språkbruk er eit av fleire maktmidlar. Det kan vera ein kamp om makt for å få aksept for ein truverdig måte å forstå verklegheten på bl.a. ved at ein journalist tek i bruk stereotyp språk i det han/ho skriv. For å forstå dette betre og kunne belyse om det eksisterar

⁴ Vedlegg 1: «Her er beviset!» VG Sportsbilag 17.01.12 (Henta frå Atekst)

mykje stereotypi og bruk av makt i mediatekstar, så har eg valt å ta dette med i problemstillinga mi..

3.5 Strategi for analyse

Når eg skal analysere avisartiklar, så må eg ha ein strategi for analyseringa for å kunne få fram på best mogleg måte det eg ynskjer å finne svar på. Denne strategien vil gå i følge Hillesund (1994) «ovanifrå og ned» og med eit fokus på at det er tabloide artiklar som skal analyserast, og med det tabloidisering inneberer. Eg ynskjer her å ta for meg avisartiklanes presentasjon, vinkling, visuelle- og språklege framstilling (Hillesund 1994).

Layout

Ulike stoff blir presentert ulikt i avisene og har ulike plasseringar i avisene etter kva dei representerar. Til dømes blir sportsstoff presentert annerleies enn kulturstoff. I VG er sportsstoffet plassera i midten i ein eigen rosa del. Store nyheter blir presentert annerleies enn små nyheter (Hillesund 1994). Det ein ser i dag er at det visuelle har fått ein meir og meir framtrødande plass i den tabloide avisa. Difor er det viktig korleis ein grip det visuelle i forhold til korleis ein nærmar seg teksten (Hågvar 2007). Layout er den konkrete utforminga av avissida og går på den visuelle utforminga av ei avisside eller to motståande sider. Layout går på plassering av ulike visuelle element på sida. Elementa består av bileter, tekst, skrift (form og størrelsar), titlar, illustrasjonar, grafiske element (består av bl.a. fargar, strekar, symboler, logoar), annonser og luft. Layout bygger på korleis auge bevegar seg over avissida og korleis vi fangar ein sak på ei avisside. Det er ikkje tilfeldig korleis ein plasserer ulike saker på ei avisside (Hillesund 1994). Fordi det er mykje informasjon som skal fram på ei avisside og difor er utforminga viktig for å fange lesaranes oppmerksomhet slik at dei vil lese den avisa eller den enkelte artikkel (Hågvar 2007).

I layouten så prioriterar ein kva saker som er mest viktig og mindre viktige etter plassering, størrelse på bilete og tittel. Dei mest prioriterte sakene er plassert øvst på sida, har størst bilete og størst tittel, og plassert på framsida av avisa. Etter det så kjem det ein gradvis nedprioritering av saker, så kjem fram i forhold til plassering, størrelse av bilete og tittel. I tillegg så er det ikkje tilfeldig kva som blir plassera på høgre- eller venstresida i ei avis. Det syner seg at det som står på høgresida er meir i augenfallande enn det som er på venstresida.

Dermed er det viktigare det som står på høgresida enn det som står på venstresida. Kor ein plasserar dei ulike sakene på ei side er òg viktig. Det som står oppe og til venstre på ei side er betre enn det som står oppe til høgre på ei side. Det som står øvst på ei side er betre enn det som står nedst på ei side (Hillesund 1994).

Sjanger

Ordet sjanger betyr slekt, type, kategori, klasse eller art. Sjanger er ein måte å plassere teksten inn i ein sosial kontekst ved å at dei følgjer visse normer i forhold til ordval, språkleg stil, bruk av tittlar, visuell utforming. Vi skal som regel kunne sjå kva sjanger ein mediatekst er ved å lese tittel og ved å sjå på den visuelle utforminga før vi les brødteksten. Vi skil mellom fleire sjangrar: nyheter og nyhetsreportasjar, kommentarar (drøftningar), kronikk (som regel ikkje av journalistar), leiarartiklar, petier (smånotisar), annonser og featurereportasjar (hovudartiklar jmf. helgemagasiner) (Hillesund 1994). Denne forbindelsen mellom tekst og sjanger er kompleks. Det kan vera vanskeleg å plassere ein tekst innfor ein bestemt sjanger i dag. Det ein ser innfor media er at det ofte førekjem ein miks av fleire typar sjangrar (Fairclough 2003). Når ein skal føreta diskursanalyse så innebærer det i tillegg til å sjå kva diskursar ein ser etter og sjå kva sjanger diskursorden tilhøyrer (Fairclough 1995).

von der Lippe (2010) viser til i si bok at nyhets-, feature- og kommentarjournalistikk er dei viktigaste sjangerane innan journalistikk. Nyhetsjournalistikk har undersjangerar; nyhetsreferater, nyhetsintervju, nyhetsnotis, nyhetsreportasje og bakgrunnsartikkel som utdjuper nyheten. Reportasjene blir kalla «journalistikkens urform» og hovudaktivitet. Den tek for seg å formidle stemning og håp, og skal ha rot i verklegheiten og i noko som har skjedd. Featurjournalistikk er ofte personlege, reportasjeprega og meir personkarakteristikk og blir ofte bruka i helgemagasina til VG, Dagbladet og Aftenposten. Kommenterjournalistikk tek ofte i bruk essay som metode og har undersjangerar som leiarartikkel, kommentar, kronikk, debattinnlegg og lesarbrev (ibid.).

Bilete

Hillesund skriv: «Det regnes som god journalistikk når bildet sier mer enn verbalteksten i tittel» (Hillesund 1994: 61). Difor er bilete sentralt ved ei analyse av avisartiklar.

Forbindelsen mellom bilete og tekst er sentralt i forhold til kva det formidlar. Bilete er med på å forankre tekstens innhald til verklegheten. Likevel så må ein huske på at bilete viser bare delar av verklegheten og delar av sannheten. Måten bileter i avisene blir bruka på er ulikt. Det kan bli brukt som dokumentasjon (vise at noko er verkleg), illustrasjon (bruke til utfylle og understreke teksten) og informativt (bilete overtek ein del av tekstfunksjonen). Det som må understrekast ved analyse er at bilete ikkje er verklegheten, men ein del av ein kontekst. Den er ein del av ein artikkel. (ibid).

Eg har tatt utgangspunkt i to nivå av Hillesunds (1994) strategi for analyse av bilete og vil vektlegge dette i mi oppgåve. Eg har valt å sjå på det denotative nivå og konnotative nivå. Det denotative nivå er å sjå på kva personar eller gjenstandar vi ser på bilete og det konnotative nivå er å sjå på kva bilete gjengjev, assosiasjonar og følelsar knytta til bilete, nært knytta til titlar og bilettekst..

Språk

Analyse av språket har til hensikt å avdekkje formålet ved teksten og hovudformåla er enten å informere, å uttrykke meningar og følelsar, å appellere til mottakar om å gjera noko eller gje ein estetisk opplevelse. Når journalisten formidlar ein sak er hensikten å oppnå ein bestemt hensikt. Språket som formidlar av ein sak er viktig uansett kor mange visuelle verkemiddel som blir bruka i ein avisartikkel. Ved ei analyse av avisartikkel, så er ei språkanalyse viktig(Hillesund 1994).

Det som speglar språket i tabloide aviser er at språket skal vera enkelt. Det er ynskje om ein nærleik til mottakaren ved å bruke eigennamn og personleg pronomen (Kari, ho, han), å spele på følelsar ved bruk av substantiv (eksplosjon, supermosjonist), sterke adjektiv og adverb (vanvittig, grusomt), og ein narrativ framstilling. På den måten kan avisene nå eit større publikum gjennom å bruke eit språk som er forståeleg for ei større gruppe mennesker (ibid).

3.5.1 Intertekstualitet

Eit av Faircloughs viktigaste punkter i forhold til kritisk diskursanalyse er å undersøkje endringar i språket. Språket trekk alltid med seg tidlegare tydningar og ein startar aldri på nytt. Intertekstualitet er å sjå på korleis tekstar dreg med seg element og diskursar frå andre tekstar og at dei er prega av historien dei er ein del av. Når ein ser på intertekstualiteten i ein

tekst så ser ein etter allereie eksisterande diskursar og diskursar som er under endring gjennom at dei knyttas til nye samanhengar (Fairclough 1992). Til dømes ved at ein kjenner att teksten eller bilete, fordi ein har kunnskap om feltet. Eller at det blir bruka tekst eller bileter som ein historisk kjenner att (von der Lippe 2010).

Fairclough meiner at språket er både stabilt og ustabil, har kontinuitet og skaper forandringar. Det som kan bremse forandringane er i kor stor grad maktrelasjonar er til stade og som kan seta begrensningar i forhold til aktørane sine evne til å skape endringar av diskursar (Jørgensen og Phillips 1999). Samanhengen mellom intertekstualitet og hegemoni er viktig skriv Fairclough (1992). Dette i forhold til begrensningane det sosiale samfunnet kan leggje på reproduksjon av tekstar eller produksjon av nye tekstar ved at det kan eksistere hegemoniske føringar i samfunnet. Dette knyttas opp mot maktrelasjonar i samfunnet. Det vil vera eit viktig punkt i forhold til analyse av mediatekstar som rettar seg mot livsstil, trening og helse, og kunne sjå om det eksisterar hegemoniske føringar og at maktrelasjonar kan seta begrensningar i forhold til reproduksjon og produksjon av mediatekstar.

3.6 Tabloidisering

Tabloid avis refererer først og fremst til størrelsen og formen av avisformatet. Den tabloide avisa er halvparten av fullformat og den første avisa i tabloidformat var *New York Sun* frå 1833 og retta seg mot eit breiare publikum. Publikumet var i den tida ikkje mottaklege for «skandalejournalistikk» på den tida. Det er først rundt 1890-1920 at tabloide aviser veks fram (Sparks 2000, von der Lippe 2010). Avisa blei meir tilgjengeleg for dei lågare klassene og dermed blir innhaldet gradvis endra i takt med utviklinga i samfunnet og marknaden får stor nok plass for «skandalejournalistikk» meiner historikar og sosiolog Bakke (1999). I Noreg fekk tabloide aviser sin oppbløming på 1980-talet i følgje Bakke, og då i forhold til innhaldet i avisene. Avisene går frå å skrive om politikk og samfunnsaktuelle saker til å fokusere på kva dei trur marknaden etterspør (von der Lippe 2010). Nokre felles kjenneteikn ved tabloidavisene er eit ynskje om å få oppmerksomhet gjennom å leggje fram sensasjonelle saker, skape underhaldning og vera meir individorientert (Bakke 1999, Sparks 2000). I tillegg så brukar tabloidavisene store overskrifter og store og fleire bileter for å fange oppmerksamheten til lesarane. Denne måten å framstille og bruke avisene på auka salet av avisene formidabelt.

3.6.1 Tabloidiseringsprosess

Det at samfunnet og mediehusene bestemmer kva innhaldet i avisene skal innehalde er med på å forklare tabloidisering i dag og ikkje slik som tidlegare i forhold til formatet av avisa. Professor i idrettssosiologi von der Lippe forklarar tabloidiseringsprosessen på denne måten: «Tabloidiseringsprosesser er forhold i samfunnet og i mediehusene som gir grobunn for tabloide nyheter og de estetiske uttrykkene» (von der Lippe 2010, s. 84)

Med å nytte begrepet prosessar forklarar det korleis tabloide nyheter blir forma ut frå prosessane i samfunnet, i journalistikken og i marknaden som gjev avisene tabloid uttrykk. Samfunnet har satt nye krav til inntening og dermed kan det oppstå kamp mellom ulike kommersielle krefter (von der Lippe 2010). Tidlegare var journalistens målsetting å overvåke myndighetane, veileie forbrukarane, gje opplysningar, skape forståelsar, fritt forum for lesarane og underhalde forklarar Klausen (Eide og Hernes 1987). Framleis er media eit overvakande og påverkande organ, men midlande for å overvåke og påverke har endra seg gjennom større fokus på «kampanjejournalistikk» og ynskje om «selje eit produkt».

Dette kjem til uttrykk i tabloide aviser ved å bruke nye og andre estetiske uttrykk, slik som mange og store bileter av personer eller hendingar som fangar blikket hjå lesarane. Overskrifter, ingress og tekst som skapar blikkfang og reaksjonar. Fokus på kjendisar og deira privatliv. Bakke meiner den tabloide avisa nyttar ulike teknikkar for å fange oppmerksamheten til publikum: individorientert, dramaturgi, tragedier blir underhalding, lite debattstoff og form prioriteras framfor innhald (Bakke 1999).

Då kan det vera på sin plass å kome med ein definisjon på tabloidisering og eg vel å nytte Bakke sin definisjon i denne studien:

- Med tabloidisering menes den kulturtendens som under visse betingelser oppstår når masseinformasjonens innhold og form primært bestemmes av hva informasjonsprodusentene tror er etterspurt i markedet (Bakke 1999, s. 244).

Denne definisjonen viser kjenneteikn ved tabloidiseringsprosessane i dagens samfunn med aukande fokus på å kapre publikums oppmerksamhet, fokus på populærkultur, behovet for å kunne seta dagsorden og få økonomisk gevinst. Medieforskaren Colin Sparks (2000) uttalar at det kan vera vanskelig å seta ein klar definisjon på begrepet tabloid, då det er vanskelig å skille mellom det som er tabloid-nyhet og ikkje-tabloide nyheter. Likevel så ligg det visse føringar i mediaverden, som kan gje indigasjonar på tabloidisering.

Tabloidekulturen er verken dårleg eller god, men ein del av den samfunnsmessige utviklinga vi er ein del av. Det det kan kome an på er korleis journalistikken vinklar innhaldet og korleis mottakarane tek i mot dette innhaldet og er med på den 'journalistiske reisa'. Tabloidisering av nyheter kan vera med på å fremje gode ting og seta søkjelys på saker i samfunnet som bør endras (von der Lippe 2010).

3.6.2 Tabloidisering i Noreg

Tabloide aviser kom seint til Noreg i forhold til mange andre land. På 1960-talet blir dei første tabloide avisene trykt i Noreg og dei går frå fullformat til tabloid-format som vi kjenner i dag. Det er først på 1960-talet at det byrja å bli lønsamt å trykkje aviser her i landet (Bakke 1999). I 1963 kjem VG som den første riksdekkjande avisa ut i tabloidavis og går forbi Dagbladet i antall opplag i 1972. 1980-talet er då den store oppbløminga av tabloide nyheter i Noreg og tabloidiseringsprosessen i Noreg er i gong (Bakke 1999). Av dei tre største riksavisene i Noreg er det i dag VG som har størst opplag i 2012, Aftenposten følgjer etter der og Dagbladet til slutt. Desse opplysningane er henta frå Mediebedriftenes landsforening (2012). Det vi ser er at antall som les avis på nett er aukande i forhold til antall som kjøper papirutgåva.

Mediehuset – VG

Verdens Gang hadde i fleire år før 1963 då det kom ut i tabloid format gått dårleg og blei kjøpt opp av Schibsted-konsernet i 1966 som frå før eigde Aftenposten⁵. Dette fører til at VG må ta nokre grep og byrjar å spesialisere seg på lettare stoff, laussalg og skrive om sensasjonar og underhaldning som lesarare set pris på. Dette fører til at opplaget aukar gjennom 1970- og 1980- talet og VG blir landets største avis (Bakke 1999).

For å sjå kort på nokre årsakar som kan forklare kvifor VG blir den største riksavisa i Noreg, så kan dette ha samband med at avisa fekk som mål å vera ei avis for alle uavhengig av kva bakgrunn lesarane har. VG ynskjer å ta opp kvardagssaker som alle kan seta seg inn i. Det som må takast i betraktning er behovet for økonomisk gevinst for å gjera eigarkonserna til

⁵ <http://vginfo.vg.no/mediehuset-vg/historie/1960-1979/> (henta frå 04.05.13)

lagst og dette skjer gjennom bl.a. eit større fokus på sensasjonelle saker og saker med underhaldningsverdi som fangar lesaranes interesse og at dei dermed kjøper avisa (von der Lippe 2010).

4 Metode

Når ein driv med forskning, så må ein bruke metodar som gjev andre innsyn i forskingsprosessen og som kan hindre missforståelsar og misstolkningar (Østbye m.fl. 2007). Metode er læren om dei verktøy som kan nyttas for å samle inn informasjon. (Halvorsen, 1993) Gjennom metoden og bruk av ulike metodar kan dette forbedre og skjerpe oppdagelsesevna vår. Holme og Solvang (2004) forklar metode på denne måten:

- En metode er således et redskap, en framgangsmåte for å løse problemer og komme fram til ny erkjennelse. Alle de midler som kan være med å fremme dette målet, er en metode. (Holme og Solvang 2004, s. 14).

Metoden er vise til dei verktøy eg har brukt i denne oppgåva. På den måten kunne vise til at denne studien er haldbar og kan tåle etterprøving. Dette for å kunne bidra til vidare forsking- og utviklingsarbeid (Holme og Solvang 2004).

Målet vil no vera å gjere greie for metoden eg har valt for analysere mediatekstar og årsaken til at eg har valt denne metoden. Metoden vil vera delar av Norman Fairclough kritisk diskursanalyse. Val av metoden er basera på problemstillinga eg har stilt meg i denne avhandlinga og som kjem fram i innleiinga; «Korleis konstruerar VG diskursane trening og helse innan diskursorden livsstil i perioden 2003 til 2012». Då problemstillinga går ut på å analysere ulike mediatekstar som rettar seg mot diskursorden livsstil, så er det nærliggjande å velje ein metode som tek for seg analysering av mediatekstar. Metoden vil vera kvalitativ metode då målet er å kunne få ein forståelse for korleis mediatekstane er tenkt forma og kvifor dei er har blitt slik dei har blitt. Eg ynskjer å belyse ut frå eit subjektivt syn korleis diskursorden livsstil blir konstruert gjennom trenings- og helsediskursen i VG.

4.1 Kvalitativ metode

Det er to hovudformar for metodisk tilnærming i samfunnsvitenskapen. Val av metode gjer ein på grunnlag av om ein skal undersøkje mjukdata (t.d. tekst, observasjonar, intervjuer) eller harddata (t.d. taldata). I det første tilfelle snakkar vi om kvalitativ metode og i det det andre snakkar vi om kvantitativ metode. I mitt tilfelle er det snakk om ein kvalitativ metode.

Kvalitativ metode har som hovudformål å skape forståing for det problemet ein skal fokusere på. Det som kjenneteikner metoden er nærleik til datakjelden (ibid). I mitt tilfelle avisartiklar som eg har tilgang på.

Holme og Solvang dreg fram fire viktige element som bør inngå i kvalitativ metode:

- Nærleik til undersøkingseiningane.
 - Ein sann attgjeving av hendingane.
 - Rapporten bør innehalde reint beskrivande stoff.
 - Rapporten bør innehalde direkte sitat som viser undersøkingas måte å uttrykke seg på.
- (Holme og Solvang 2004, s. 88)

Ved å ta bruke desse elementa vil oppgåva forhåpentlegvis stå fram som truverdig og etterprøvbar. Fokuset mitt er å analysere avisartiklar. Ved analyse av tekst skil Holme og Solvang (2004) mellom heilhetsanalyse og delanalyse. Delanalyse ser oppdelt data og som kan kategoriserast og tellas opp. Eg skal fokusere på heilhetsanalyse ved at eg ser på heilheten i den innsamla data. Ved at eg har valt ut visse temaer og problemfelt eg vil undersøkje i problemstillinga mi.

4.1 Val av mediatekstar

Når eg skulle finne mediatekstar som eg skulle analysere i denne oppgåva, så tok utgangspunkt i papirutgåva av tabloidavisa og den riksdekkjande avisa - Verdens Gang (VG). Valet falt på denne avisa, då det er den av dei tre største riksdekkjande avisene med størst lesartal i Noreg i det tidspunktet eg har valt å analysere (2003-2012) i følgje Medienorge⁶. Dette kjem fram i tabell 1.

⁶ TNS Gallup gjennomfører flere ganger i året den store mediebruksundersøkelsen Forbruker & Media som tar for seg ulike typer mediebruk. Oppdragsgiver for den delen av undersøkelsen som gjelder lesertall, er Mediebedriftenes Landsforening (MBL). Nettside: <http://medienorge.uib.no/> (henta frå 20.05.13)

Tabell 1 Lesertall for norske aviser 2003-2012 (prosent pr. 1000)⁷

Avis	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Aftenposten-morgen	19,1	18,9	19,5	18,6	18,2	18,3	17,3	16,0	15,0	14,2
Dagbladet	21,5	20,4	20,1	18,6	16,6	14,9	12,7	10,4	9,0	7,9
VG	36,3	34,6	34,4	32,0	30,1	28,2	25,4	21,4	18,5	16,2

For å finne aktuelle mediatekstar har eg valt å bruke søkjemotoren Atekst⁸. Atekst er eit mediearkiv som gjev rask tilgang til mediatekstar frå papiraviser, magasiner, TV/radio eller internett heilt tilbake til 1945 og fram til dags dato. Dette mediearkivet er eit godt verktøy for å drive research og medieanalyse. Dette verktøyet gjer det mogleg å kunne gå tilbake i tid for å finne informasjon og kunne avgrense det ein søkjer etter ved å plukke ut ord som ein er interessert i å finne ut meir om og dermed finne artiklar som har desse orda i teksten.

Det er ulike måtar å skrive og avgrense dei orda som ein ynskjer å søkje på når ein brukar Atekst. Atekst benyttar noko som blir kalla boolsk søkjespråk. Det vil sei at det blir bruka kodeord eller teikn for å inkludere eller avgrense søk. På den måten har eg moglegheit til å definere søkjestrengen slik at resultatet blir nøyaktig. Teikna ein kan bruke er + og – (pluss og minus) mellom to ord. I mitt tilfelle brukte eg helse+trening. Då vil dette søkjet gje treff på artiklar som inneheld begge desse orda. I tillegg kan eg avgrense i forhold til tid ved å skrive kva periode ein rettar søkjet mot ved å markere dato og årstal eller bare årstal. I mitt tilfelle avgrensa eg i frå 01.01.2003 og til 31.12.2012.

Eg har valt å sjå på papirutgåvene til VG, fordi det viser seg at ved å sjå på nettutgåva av VG i same perioden, så er det papirutgåva som har flest treff i forhold til søkjeorda helse og trening. Dette kjem fram i tabell 2.

⁷ Nettside: <http://medienorge.uib.no/?cat=statistikk&medium=avis&queryID=273> (henta frå 25.11.12)

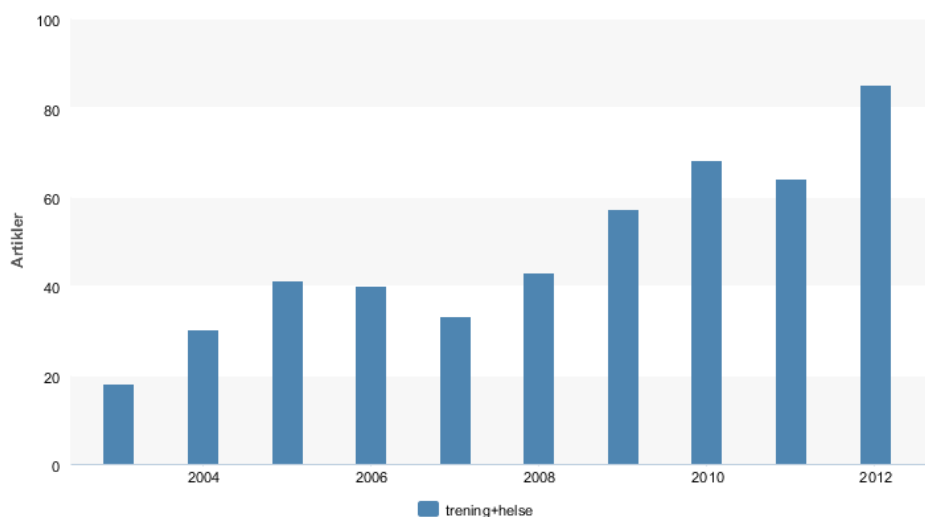
⁸ Atekst er eit mediearkiv som er ein del av Retriever. Retriever er Nordens leiande leverandør av blant annet medieovervakning, verktøy for redaksjonell research og medieanalyse. Nettside: <http://www.retriever.no/om-retriever.html> (henta frå 20.05.13)

Tabell 2 Dekning pr. kjelde på søkjeorda trening+helse i perioden 01.01.2003 til 31.12.2012

Kilde	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Totalt
VG	18	30	41	40	33	43	57	68	64	85	479
VG Nett	20	31	23	14	46	23	33	35	35	27	287

Valet falt på åtte artiklar i frå perioden 2012. Det eg ser når eg søkte på orda helse+trening er at antall mediatekstar med desse orda i teksten aukar markant i denne perioden i frå 18 artiklar i 2003 til 85 artiklar i 2012, totalt 479 artiklar. Dette kjem tydeleg fram i tabell 3.

Tabell 3 Dekning på søkjeordea trening+helse i perioden 01.01.2003 til 31.12.2012 i VG



For å plukke ut 8 av 479 mediatekstar som var totalt antall treff, så valte eg å plukke ut dei tekstane som sto mest i nærleiken i forhold til problemstillinga eg har i denne oppgåva. Dei utvalte artiklane er plukka ut på bakgrunn av diskursane trening og helse ved å sjå på samspelet mellom artiklanes overskrifter, ingress og brødtekst. Artiklanes vinkling og tema kjem ofte fram i overskrifta og ingress, samtideg som brødteksten går djupare inn i kva artikkelen dreiar seg om og gjev meg meir informasjon. På den måten kunne eg redusere antall artiklar på bakgrunn av mine utvalte diskursar.

Eg har ikkje plukka ut ein mediatekst for år 2005 og 2009, fordi eg meiner dei andre utvalte artiklane dekkjer godt opp om problemsstillinga og viser eit representativt uttrykk for den

valte tiårsperioden. I tillegg til hovudproblemstillinga var delmåla å finne ut korleis treningsdiskursen og helsediskursen blei konstruert, kva grad er mediatekstane representative for tabloide artiklar og i kva grad er stereotypier i bruk i denne perioden.

Tekstane eg valte ut omhandlar fokuset på helse og trening med ulike vinklingar og er den «raude tråden», men på ulike måtar får fram korleis eg definerar livsstil. Mediatekstane tek for seg bl.a. slanking, kosthold, mannskroppen, alder og trening, Birkebeineren og korleis halde seg i fysisk aktivitet. Det som eg har lagt vekt på i tillegg til problemstillinga var å plukka ut tekstane i forhold til Bakkes (1999) kjenneteikn for tabloidisering. Spesielt vil eg leggje vekt på som går på fokuseringa på underhaldning, individorientering, dramaturgi, forenkla framstilling og innhald.

Årsaken til at valet falt på perioden 01.01.2003 til 31.12.2012 var å kunne få ein viss spredning i år og ein ser i denne perioden ein markant auke i antall artiklar som skriv om trening og helse. Når eg går lengre tilbake i tid på søket på trening og helse, så ser vi at i frå 1990 aukar antall mediatekstar med innhaldet trening og helse. Spesielt i frå 2008 aukar det markant mot 2012⁹. Eg er ikkje i dette studiet ute etter å gjera ei kvantitativ undersøking, men å fokusere på det kvalitative ved å prøve å gå bak orda i utvalte artiklar. Eg vil i den perioden eg har valt ut å sjå etter intertekstualiteten i innhaldet i avisartiklane i den perioden ved å samanlikne artiklane eg analyserar.

Når eg analyserar avisartiklane, har eg tatt med notisar som er knytta direkte til hovudartikkelen eg har valt ut for analyse. Fordi eg meiner dei er relevante for å få eit heilhetleg inntrykk av artikkelen. Eg har utelatt notisar eller andre artiklar som ikkje har noko med mine utvalte artiklar å gjera ved at dei tek for seg andre temar.

Mediatekstane som skal analyserast er forma av den tid dei er skriva i, det journalistiske feltet, medieaktørane påverknad og journalistane forståelse. Dette gjenspeglar delar av samfunnet dei er ein del av. Ved analysinga er det ikkje uvesentleg korleis layouten formar artiklane gjennom plassering av tekst på ei avisside, bruk av visuelle uttrykk gjennom overskrifter og bileter, og dette må telle som ein vesentleg del av analysa.

⁹ Sjå vedlegg 1: Søk i Atekst på trening+helse i perioden 1990 til 2012

Analysen i kapittel 5 vil ta for seg dei tre nivåa i Faircloughs tre-dimensjonale modell i ein heilhet og med hjelp av lingvistiske og diskursanalytiske verktøy. På den måten vil eg sjå etter korleis trenings- og helsediskursen blir konstruert innan diskursorden livsstil og sette det inn i ein større sosial praksis. Det vil vera umogleg i denne konteksten å ta for seg alle ulike vinklingar for å kunne forklare alle sider av mediatekstane. Difor vil analyse ta for seg bestemte vinklingar som er beskrive i problemstillinga. Kva kontekst ein les teksten i vil ha betydning for korleis ein tolkar teksten. Det er ikkje utan betydning kva bakgrunn eg har gjennom oppvekst, utdanning og yrkeserfaring korleis eg vil tolke tekstane. Dette forklarar Bourdieu gjennom begrepet habitus. Det er likevel delar av metoden for kritisk diskursanalyse som vil ligge til grunn for analysa med fokus på diskursiv og sosiokulturell praksis. Teorien vil følgje tett opp under metoden og målet er at metoden og teorien skal gå hand i hand.

4.2 Kritisk blick på eiga forskning og den kritiske diskursanalysa

Det er viktig å påpeika og som Fairclough skriv at når ein gjennomfører ei kritisk diskursanalyse, så er ein som forskar aldri nøytral og kan avbilde den eksakte verklegheten ved analyseringa. Eg som forskar er ein del av samfunnet og kulturen som dei sosialt konstruerte tekstane er ein del av. Det er umogleg som forskar å kunne sjå alle sider ved ei diskursanalyse og kome med bare objektive tolkingar (Jørgensen og Phillips 1999). Det betyr at andre forskarar kan kome fram til andre tolkingar enn det eg har kome fram til gjennom den kritiske diskursanalysa av åtte avisartiklar.

Ein kritikk mot kvalitativ forskning er at den ikkje i like stor grad som kvantitativ forskning er etterprøvbar (ibid.). Det er viktig i ei kvalitativ forskning å jobbe med validiteten, som går på kor godt du som forskar greier å knytte i dette tilfelle avisartiklane saman med empirien og problemstillinga og på den måten skape truverdighet (Østbye m.fl. 2007). Validitet går ut på å skape gyldighet ved forskinga og som blant anna går ut på å gjennomføre ei analyse slik at den blir 'fruktbar' og på den måten kan opne for nye forklaringar (Jørgensen og Phillips 1999).

5 Resultat /diskusjon– sjølve analysa

I denne delen så vil eg analysere dei åtte mediatekstane ut frå Faircloughs metode for kritisk diskursanalyse og prosessen vil gå stegvis frå å først sjå på teksten, neste steg er å sjå på den diskursive praksis og til slutt ta for meg den sosiale praksis. I denne prosessen så vil målet vera å få alt til å henge saman ved kvar analyse av dei enkelte mediatekstane. Det vil alltid vera vanskeleg å få med alle relevante perspektiver i ei analyse, men ved å bruke fleire tilnæringsmåtar og kombinere dei, desto betre vil resultatet bli i følge Hågvar (2007). Dette vil eg gjere eit forsøk på gjennom å kombinere sider av Faircloughs teori og metode saman med delar av Bourdieus sosiologiske perspektiv. Det vil òg vera aktuelt å dra inn andre teoretikarar som eg allereie har nemnt under teori og metode delen i denne oppgåva.

Det som kjenneteikner desse artiklane er at dei alle er ein del av ein ei av tabloid avis og på mange måtar speglar journalistikken i dag. Eide (2001) brukar begrepet populærjournalistikk og forklarar det ved at kvardagslege saker og hendingar har fått ein meir framtrødande plass framfor samfunnspolitiske spørsmål. Dette kan vera med på å forklare dei aukande antall artiklar som fokuserar på trening og helse. Dette er saker som går på det kvardagslege og som berører enkeltpersonar. Då kan ein stille seg spørsmålet om det aukande fokuset på livsstil, trening og helse har sitt utspring i media eller ikkje. Dette vil eg prøve å belyse under analyseringa i denne avhandlinga.

5.1 «Godt forslag»

Denne artikkelen er henta frå laurdagsavisa til VG 4. januar 2003. Sjangeren vi kan knytte denne artikkelen til er kommentarjournalistikken og nærmare bestemt ein leiarartikkel.

Leiarartiklar har fast sideredigering og er plassera på side to i VG (Hillesund 1994).

Artikkelen er skreve av ansvarlig redaktør Bernt Olufsen og har overskrifta «*Godt forslag*».

Artikkelen er skrive i essayform som kjem tydleg fram med subjektive meiningar forma i ein lett underholdande tone. Som lesar blir du med forfattaren av denne teksten på korleis han tenkjer og meiner, utan nokre store vitenskaplege henvisningar, men det kan kome fram tvetydege meiningar ved at ein må lese i mellom linjene for å forstå kva redaktøren meiner.

Overskrifta «*Godt forslag*» fortel ikkje meg som lesar kva denne artikkelen dreiar seg om.

Omtrent midt i artikkelen er det framheva ein tekst som fortel: «VG MENER «Forslaget om «grønn resept» er et godt forslag. Et slikt forslag ser mennesket som en helhet – som et resultat av hvordan vi lever og hvordan vi har det.»

Når eg les denne teksten så får eg nokre hentydningar om kva dei artikkelen dreiar seg om. Resept får meg til å tenkje på legeresept og når eg koblar dette saman med bruken av ordet «menneske» og «hvordan vi lever», så kan eg seta dette saman med helsebegrepet.

Artikkelen er velskreve og har fokus på å sjå på «menneske som helhet».

Brødteksten fortel oss at det dreiar seg om eit forslag frå Regjeringa om at legar og andre behandlarar skal kunne skrive ut «grønn resept»: «skrive ut både trening og kostholdsplaner hos pasienter som de ser vil ha nytte av en slik endring i livsstil.» Forfatterna bak denne leiarartikkelen, ansvarleg redaktør Olufsen syner med denne artikkelen ei interesse for å betre livsstilen for ei gruppe mennesker. Ofte dreiar leiarartiklane seg om saker som har vore framme i media frå veka som var, blir ofte satt litt på spissen og det kjem ofte fram personlege synspunkt frå den som skriv.

Plasseringa av teksten er på venstre sida av avisside to. Layouten fortel oss at dette er ein type artikkel som ein del ikkje prioriterar å lesa i forhold til plasseringa av artikkelen langs venstre sida på andre sida av VG. Likevel er ein lederartikkel viktig, sjølv om det er mange som ikkje les den. Den har ein viktig funksjon i forhold til å ta for seg samfunnsaktuelle saker sett frå ei subjektiv side gjennom ansvarleg redaktør sine auge.

Diskursar som er synlege i denne artikkelen er dei som ligg rundt diskursorden livsstil. Helsediskursen er den som det blir mest fokusert på ved å fokusere på å betre helse hjå «pasienter» som slit med helseskadeleg livsstil. Dette fører oss inn på den neste diskursen

VERDENS GANG

Ansvarlig redaktør:
BERTH OLUFSEN
Publisert redaktør: OLAV VERSTO
Nyhetssjef: HANS-CHR. VADESETH
Redaktør: NINA GRAM, TERJE JANSSON,
TJØFF HÅBERG
Redaksjonsleder: ARNE NILSEN AREFJØRD,
ARNVEIT JOHNSEN, JØN ERIK JENSEN
Administrerende direktør: ASLAK OXA

Godt forslag

Det er ikke alltid legemidler er den beste medisin for å kenne sykdom. Av og til kan pasientens egen innsats være mer viktig enn å ta medisiner og andre behandlinger. Dette er et godt forslag om å gi pasienter råd om hvordan de kan leve og hvordan de kan behandle seg selv. Dette er et godt forslag om å gi pasienter råd om hvordan de kan leve og hvordan de kan behandle seg selv. Dette er et godt forslag om å gi pasienter råd om hvordan de kan leve og hvordan de kan behandle seg selv.

VG MENER «Forslaget om «grønn resept» er et godt forslag. Et slikt forslag ser mennesket som en helhet – som et resultat av hvordan vi lever og hvordan vi har det.»

VG MENER «Forslaget om «grønn resept» er et godt forslag. Et slikt forslag ser mennesket som en helhet – som et resultat av hvordan vi lever og hvordan vi har det.»

VG MENER «Forslaget om «grønn resept» er et godt forslag. Et slikt forslag ser mennesket som en helhet – som et resultat av hvordan vi lever og hvordan vi har det.»

VG MENER «Forslaget om «grønn resept» er et godt forslag. Et slikt forslag ser mennesket som en helhet – som et resultat av hvordan vi lever og hvordan vi har det.»

VG MENER «Forslaget om «grønn resept» er et godt forslag. Et slikt forslag ser mennesket som en helhet – som et resultat av hvordan vi lever og hvordan vi har det.»

VG MENER «Forslaget om «grønn resept» er et godt forslag. Et slikt forslag ser mennesket som en helhet – som et resultat av hvordan vi lever og hvordan vi har det.»

Wanskkelig

LOVEBAKKEN (VG) Kritisk undersøkende journalistikk er en vanskelig balansegang mellom troverdende henvisning og å avsløre kritikkverdige forhold i samfunnet, men samtidig helst unngå å fungere som gapeteppet.



Å være enig med Bondvick i at utøvelsen av utvalgte saker er viktig, er ikke nok. Det er viktig å være kritisk og å avsløre kritikkverdige forhold i samfunnet, men samtidig helst unngå å fungere som gapeteppet.

Verdifulle påminnelser om at journalistikk er en utfordring for mediebransjen er et viktig bidrag til debatten om hvordan vi kan leve og hvordan vi kan behandle seg selv. Dette er et godt forslag om å gi pasienter råd om hvordan de kan leve og hvordan de kan behandle seg selv.

Verdifulle påminnelser om at journalistikk er en utfordring for mediebransjen er et viktig bidrag til debatten om hvordan vi kan leve og hvordan vi kan behandle seg selv. Dette er et godt forslag om å gi pasienter råd om hvordan de kan leve og hvordan de kan behandle seg selv.

Verdifulle påminnelser om at journalistikk er en utfordring for mediebransjen er et viktig bidrag til debatten om hvordan vi kan leve og hvordan vi kan behandle seg selv. Dette er et godt forslag om å gi pasienter råd om hvordan de kan leve og hvordan de kan behandle seg selv.

Verdifulle påminnelser om at journalistikk er en utfordring for mediebransjen er et viktig bidrag til debatten om hvordan vi kan leve og hvordan vi kan behandle seg selv. Dette er et godt forslag om å gi pasienter råd om hvordan de kan leve og hvordan de kan behandle seg selv.

Verdifulle påminnelser om at journalistikk er en utfordring for mediebransjen er et viktig bidrag til debatten om hvordan vi kan leve og hvordan vi kan behandle seg selv. Dette er et godt forslag om å gi pasienter råd om hvordan de kan leve og hvordan de kan behandle seg selv.

Verdifulle påminnelser om at journalistikk er en utfordring for mediebransjen er et viktig bidrag til debatten om hvordan vi kan leve og hvordan vi kan behandle seg selv. Dette er et godt forslag om å gi pasienter råd om hvordan de kan leve og hvordan de kan behandle seg selv.

Verdifulle påminnelser om at journalistikk er en utfordring for mediebransjen er et viktig bidrag til debatten om hvordan vi kan leve og hvordan vi kan behandle seg selv. Dette er et godt forslag om å gi pasienter råd om hvordan de kan leve og hvordan de kan behandle seg selv.

Verdifulle påminnelser om at journalistikk er en utfordring for mediebransjen er et viktig bidrag til debatten om hvordan vi kan leve og hvordan vi kan behandle seg selv. Dette er et godt forslag om å gi pasienter råd om hvordan de kan leve og hvordan de kan behandle seg selv.

Verdifulle påminnelser om at journalistikk er en utfordring for mediebransjen er et viktig bidrag til debatten om hvordan vi kan leve og hvordan vi kan behandle seg selv. Dette er et godt forslag om å gi pasienter råd om hvordan de kan leve og hvordan de kan behandle seg selv.

Verdifulle påminnelser om at journalistikk er en utfordring for mediebransjen er et viktig bidrag til debatten om hvordan vi kan leve og hvordan vi kan behandle seg selv. Dette er et godt forslag om å gi pasienter råd om hvordan de kan leve og hvordan de kan behandle seg selv.

Artikkel 5-1: "Godt forslag" fra VG 04.01.2003

som er framtreddande i denne artikkelen og det er treningsdiskursen. Det er stort fokus på trening og mosjon i artikkelen som eit middel for å kunne få betre helse; «*Mosjon og sunt kosthold kan både forebygge og lindre sykdom*» og «*...skriver legene ut både dans og padling [...] spaserturer i skog og mark*».

Inntrykket mitt i forhold til kva forfattaren av denne artikkelen dreg med seg av diskursar er at han er opptatt av å sjå på helse som ein viktig bidragsytar for kva livsstil vi får og dette kjem til syne ved bruk av etos og logos. Det som kjem fram i artikkelen er at journalisten meiner at «*grønn resept*» ikkje er løysinga for alle som slit med dårleg helse og sjukdommar, men kan «*være en erstatning for medisiner*». Journalisten dreg med seg medisinsk vinkling i forhold til å fokusere både på viktigheten av legevitenenskap og medisiner, og at det alltid vil vera behov for dette. Dette gjev meg inntrykk at journalisten er opptatt av at forslaget om at legar skal skrive ut grøn resept ikkje må gå på bekostning av at nokre har sjukdommar som ikkje kan kurerast utan medisiner. Dette kjem fram med klare hentydningar til helseministeren Dagfinn Høybråten store fokus på å trimme og ete sunt, og at det kan bli «*litt vel mye formaninger fra en veltrimmet og sunn helseminister*». I denne setninga kjem det tydleg fram sjangeren i ein leiarartikkel med subjektive meiningar, med ein litt spydig undertone, bruk av patos og gjerne med ein oppfordring til politikere; «*en helseminister må si klart i frå om hvordan vi kan passe på vår egen helse. Ellers så gjør han ikke jobben sin*». Måten Dagfinn Høybråten blir dratt fram i denne artikkelen er òg eit teikn på den tabloide journalistikken i VG. Ved å vera individorientert og ved å fokusere på banaliteter og rariteter (Bakke 1999). Banalitetene og raritetene kjem fram i avisartikkelen i form av: «*skriver legene ut både dans og padling, deltagelse i historielag og spaserturer i skog og mark*».

Redaktør Olufsen er ein del av det journalistiske feltet og dreg med seg normer som er ein del av dette feltet. Ved at han har vore journalist og redaktør i mange år både i Adresseavisen og VG. Avisartikkelen «*Bernt frå VG*»¹⁰ frå Adresseavisa om Bernt Olufsen forklarar på mange måtar kvifor han er opptatt av livsstil og livsstilssykdommer. Artikkelen frå Adresseavisa skriv om at Olufsen fekk hjerteinfarkt i ein alder av 44 år og dermed før denne artikkelen blei skriva (han er no 59 år) etter; «*60 sigaretter om dagen og en forkjærlighet for konjakk, pølser*

¹⁰ Vedlegg 2: «Bernt fra VG», Dagsavisen 14.01.2006.

og *Tostrupkjelleren*» (ibid.). Ved å lese denne avisartikkelen kan eg meir forstå kva habitus forfattern av denne artikkelen dreg med seg. Bourdieu (1993) beskriv habitus som ein sosialisert subjektivitet ved at kva felt ein tilhøyre og korleis ein forstår dette feltet, så er det eit produkt av kva habitus ein dreg med seg; «når habitus går inn i ein relasjon med ei sosial verd som den er produktet av, så har habitus det som fisken i vatnet» (Bourdieu 1993, s. 113).

Dette kan forklare kvifor Olufsen skriv om «*grønn resept*» og er opptatt av at folk skal få betre helse og endre livsstilen sin, fordi han er erfart sjølv på kroppen kva dårleg livsstil kan føre til. Bourdieu forklarar at habitus er noko som kan forandrast gjennom livet med møte med nye erfaringar, men at det tek tid og det gamle ligg alltid til grunn for eins habitus (Prieur og Sestoft 2006). Det er ikkje sikkert at Olufsen ville ha skriva ein avisartikkel om helse og livsstil før han fekk hjerteinfarkt, men at det blei aktuelt når han fekk erfart kva ein mindre bra livsstil kan føre til.

Samtidig så er teksten eit produkt av tida den er skriva i (Fairclough 2010). Det er eit auka fokus på livsstil og at «*livsstilssykdommene griper om seg*» i 2003. Ved å søkje i Atekst, så får eg fram 41 artiklar som tek for seg «grøn resept» i alle dei norske riksavisene. Det er lite debatt rundt forslaget og dei fleste meiner at det er eit godt forslag. Riksavisene er i stor grad einige i at det er aukande problem med dårlegare livsstil blant den norske befolkninga og at det er viktig at det blir tatt tak i i 2003. Derfor blei dette eit aktuelt tema både for det journalistiske feltet, som det kjem til syne her og det politiske feltet ved at journalisten viser til at det er Regjeringa som har eit forslag om ein metode for å få behandla livsstilssjukdommar. Når det er Regjeringa med helseministeren i spissen som kom med dette forslaget, så forklarar dette at livsstilssjukdommar byrjar å bli eit problem for samfunnet ved at det er ein betydeleg utgiftspost for den norske staten. Regjeringa har den utøvande makta i landet og skal kome med forslag til Stortinget om ting som det må gjerast noko med i landet bl.a. at det er for mange menneske med livsstilssjukdommar som byrjar å bli eit samfunnsproblem. Dette forklarar Thompsons; '*meaning in the service of power*' (Fairclough 2010). Eg meiner at vi snakkar om ein form for ideologi ved at Regjeringa skal 'passe på' at nordmenn forstår at for å hindre livsstilssjukdommar, så må dei trimme meir og passe på kostholdet. For å kunne få gjennomført dette, så kjem helseministeren med forslag om at dei som behandlar sjukdommane – legane, skal skriva ut grøne reseptar. Regjeringa brukar makta si for å kunne fram sitt ynskje om betre helsa til dei som har livsstilssjukdommar eller dei som ligg i fare for å få det. Forslaget om grøn resept blei godtatt av Stortinget i oktober 2003, som

innebærer at pasienter kan henvisas til frisklivssentralar, tilbod om motivasjonssamtale, gruppetrening, kostholdskurs og røykesluttkurs¹¹.

Ansvarleg redaktør sit i ein betydeleg makt posisjon i VG. Olufsen innehar symbolsk kapital ved at han er høgt oppe i hierarkiet innafor eit bestemt nettverk med felles interesser. Nærmare bestemt i det sosiale kapitalbegrepet (Bourdieu 2006). Han har ei stilling som øvst leiar i ei avis og har ein bakgrunn i det journalistiske feltet over lengre tid. Hans posisjon i det sosiale kapital systemet gjer at kva han skriv i ein leiarartikkel har verdsetting hjå lesarane og blant kollegarar. Slik som eg skreiv tidlegare så kjem det fram subjektive meiningar i ein leiarartiklar. Dette kan gje kollegerer og andre eit innblikk i kva han set pris på og ikkje set pris på. På den måten når han sit i ein posisjon kor han kan bestemme kva det skal skrivast om i ei avis og prioritering av saker i ein avis, så sit han med ein betydeleg makt i det sosiale kapitalsystemet og dermed symbolsk makt.

5.2 «Tynnere på Tjukholmen»

Artikkelen er henta frå VG onsdag 24. november 2004. Journalist Irene Mårdalen har skrive artikkelen og Hege Johnsen har tatt bileta. Overskrifta er stor og viser tydeleg kva artikkelen tek for seg; «*Tynnere på Tjukholmen*». Måten forfattaren tek i bruk kort og konkret overskrift for å fange lesaranes oppmerksamhet er tydleg. Vi som lesarar forstår fort kva dette handlar om og når det òg er ei mindre overskrift «*Kiloene raser – helsen forbedret*», så er vi ikkje i tvil lengre om at artikkelen tek for seg slanking. Ingressen bygger opp om dette ved å forklare at det er fem personar som kjempar mot fedme og skrantande helse, og at dei er på veg til seire over kampen mot fedme.

¹¹ Nettside: <http://www.helsedirektoratet.no/folkehelse/frisklivssentraler/gronn-resept/Sider/default.aspx> (henta frå 31.03.13)

TYNNERE PÅ

TJUKKHOLMEN



FEB: Inevilde Mørked 20 år, 167 cm, 102 kg. **ETTER:** For siste program hadde hun gått ned 17 kilo på Tjukkholmen.

FEB: Inevilde Mørked 20 år, 167 cm, 102 kg. **ETTER:** For siste program hadde hun gått ned 17 kilo på Tjukkholmen.

FEB: Inevilde Mørked 20 år, 167 cm, 102 kg. **ETTER:** For siste program hadde hun gått ned 17 kilo på Tjukkholmen.

FEB: Inevilde Mørked 20 år, 167 cm, 102 kg. **ETTER:** For siste program hadde hun gått ned 17 kilo på Tjukkholmen.



FEB: Inevilde Mørked 20 år, 167 cm, 102 kg. **ETTER:** For siste program hadde hun gått ned 17 kilo på Tjukkholmen.

FEB: Inevilde Mørked 20 år, 167 cm, 102 kg. **ETTER:** For siste program hadde hun gått ned 17 kilo på Tjukkholmen.

FEB: Inevilde Mørked 20 år, 167 cm, 102 kg. **ETTER:** For siste program hadde hun gått ned 17 kilo på Tjukkholmen.

FEB: Inevilde Mørked 20 år, 167 cm, 102 kg. **ETTER:** For siste program hadde hun gått ned 17 kilo på Tjukkholmen.

FEB: Inevilde Mørked 20 år, 167 cm, 102 kg. **ETTER:** For siste program hadde hun gått ned 17 kilo på Tjukkholmen.

FEB: Inevilde Mørked 20 år, 167 cm, 102 kg. **ETTER:** For siste program hadde hun gått ned 17 kilo på Tjukkholmen.

FEB: Inevilde Mørked 20 år, 167 cm, 102 kg. **ETTER:** For siste program hadde hun gått ned 17 kilo på Tjukkholmen.

FEB: Inevilde Mørked 20 år, 167 cm, 102 kg. **ETTER:** For siste program hadde hun gått ned 17 kilo på Tjukkholmen.

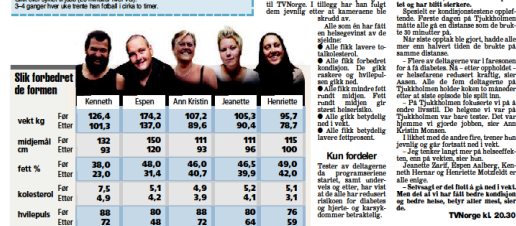


FEB: Inevilde Mørked 20 år, 167 cm, 102 kg. **ETTER:** For siste program hadde hun gått ned 17 kilo på Tjukkholmen.

FEB: Inevilde Mørked 20 år, 167 cm, 102 kg. **ETTER:** For siste program hadde hun gått ned 17 kilo på Tjukkholmen.

FEB: Inevilde Mørked 20 år, 167 cm, 102 kg. **ETTER:** For siste program hadde hun gått ned 17 kilo på Tjukkholmen.

FEB: Inevilde Mørked 20 år, 167 cm, 102 kg. **ETTER:** For siste program hadde hun gått ned 17 kilo på Tjukkholmen.



FEB: Inevilde Mørked 20 år, 167 cm, 102 kg. **ETTER:** For siste program hadde hun gått ned 17 kilo på Tjukkholmen.

FEB: Inevilde Mørked 20 år, 167 cm, 102 kg. **ETTER:** For siste program hadde hun gått ned 17 kilo på Tjukkholmen.

FEB: Inevilde Mørked 20 år, 167 cm, 102 kg. **ETTER:** For siste program hadde hun gått ned 17 kilo på Tjukkholmen.

FEB: Inevilde Mørked 20 år, 167 cm, 102 kg. **ETTER:** For siste program hadde hun gått ned 17 kilo på Tjukkholmen.

FEB: Inevilde Mørked 20 år, 167 cm, 102 kg. **ETTER:** For siste program hadde hun gått ned 17 kilo på Tjukkholmen.

FEB: Inevilde Mørked 20 år, 167 cm, 102 kg. **ETTER:** For siste program hadde hun gått ned 17 kilo på Tjukkholmen.

FEB: Inevilde Mørked 20 år, 167 cm, 102 kg. **ETTER:** For siste program hadde hun gått ned 17 kilo på Tjukkholmen.

FEB: Inevilde Mørked 20 år, 167 cm, 102 kg. **ETTER:** For siste program hadde hun gått ned 17 kilo på Tjukkholmen.

Kiloene raser – helsen forbedret

De fem deltagerne på Tjukkholmen er godt på vei til seire i kampen mot fedme og skrantende helse.

De fem deltagerne på Tjukkholmen er godt på vei til seire i kampen mot fedme og skrantende helse. De fem deltagerne på Tjukkholmen er godt på vei til seire i kampen mot fedme og skrantende helse. De fem deltagerne på Tjukkholmen er godt på vei til seire i kampen mot fedme og skrantende helse.

Lene Marlin til filmen
Lene Marlin (50 år) er en av de mest kjente norske skuespillerne. Hun har vært med i mange filmer og TV-programmer. Hun er også en aktiv deltaker i Tjukkholmen-programmet.

Slik forbedret de formen	Kenneth	Espen	Ann Kristin	Monette	Hennette
vekt kg	Før 126,4 Etter 104,3	Før 174,2 Etter 137,0	Før 107,2 Etter 89,6	Før 105,3 Etter 90,4	Før 95,7 Etter 78,7
midjemål cm	Før 132 Etter 93	Før 150 Etter 120	Før 111 Etter 93	Før 111 Etter 96	Før 100 Etter 100
fett %	Før 38,0 Etter 23,0	Før 48,0 Etter 31,4	Før 46,0 Etter 40,7	Før 46,5 Etter 39,9	Før 49,0 Etter 42,0
kolesterol	Før 2,5 Etter 4,9	Før 5,1 Etter 4,2	Før 4,9 Etter 3,9	Før 5,2 Etter 4,1	Før 5,1 Etter 3,1
trykkløst	Før 88 Etter 72	Før 90 Etter 48	Før 88 Etter 72	Før 80 Etter 64	Før 76 Etter 59
BMI	Før 43,0 Etter 32,9	Før 49,0 Etter 38,5	Før 36,0 Etter 29,0	Før 38,0 Etter 31,7	Før 36,0 Etter 29,0

Førstest
Første dag 28,44 min., 32,10 min., 30,05 min., 29,50 min., 29,35 min.
Etter 1 program 18,31 min., 20,04 min., 17,42 min., 17,42 min., 17,23 min.
Etter 10 program 9,93 min., 13,14 min., 13,44 min., 12,23 min., 12,11 min.

Utsagn
Tilspisning er en fantastisk opplevelse! Det er en fantastisk opplevelse å være med på Tjukkholmen. Det er en fantastisk opplevelse å være med på Tjukkholmen. Det er en fantastisk opplevelse å være med på Tjukkholmen.

Artikkel 5-2: "Tynnere på Tjukkholmen" fra VG 24.11.2004

Avisartikkelen står på dei siste sidene i VG, som har tittelen Rampelys og tek for seg kjendisnytt, musikk-, film- og bokanmeldesar, og TV-program. Denne avisartikkelen kan eg plassere under kjendisnytt og TV-anmeldsar.

Artikkelen dekkjer to sider og er hovudartikkelen på desse to sidene. Det er to mindre artiklar som omhandlar popartisten Lene Marlin og rockeartisten Ozzy Osbourne og kona hans, og med to små bileter av desse personane. Ut frå dette så vil eg plassere denne artikkelen innfor populærkultur.

Brødteksten fortel korleis fem personar har slanka seg gjennom endring av kosthaldet og med trening. Det var fleire av deltakarane som var på veg til å utvikle livsstilssjukdommar og «skrantende helse» før dei blei deltakarar i dette tv-programmet som artikkelen viser til; «Med kondisjons- og styrketrening fleire ganger i uken, tre gode måltider samt to mellommåltider om dagen, har kiloene rast av.» I brødteksten så blir det framheva i ei mindre overskrift; «Ingen mirakler» og «Kun fordeler». Det som kjem fram der er at helserådgjevaren, som har følgt opp deltakarene ikkje var ute etter å utføre eit 'mirakel'. Ordet mirakel blir ofte knytta til ein spesiell hending som ein ikkje kan forklare eller noko

uforutsett som skjer og dette kjem fram i det same avsnittet: «- *Resultatene er fantastiske, men vi har ikkje utrettet mirakler.*» Resultata kjem fram ved å vise punktvis til helsegevinstane alle fem deltakarane har oppnådd; «*lavere totalcholesterol*», «*forbedret kondisjon*», «*mindre fett*», «*ned i vekt*» og «*lavere fettprosent.*» Dette kjem tydeleg fram når ein les vidare i teksten korleis deltakarane har måtte jobbe bevist med kosthold og trening for å kunne gå ned i vekt. I det neste avsnittet «*Kun fordeler*» er fokuset retta i stor grad mot helsegevinstane og auka livskvalitet hjå deltakarane; «*I tillegg har de fått økt livskvalitet. De sover bedre, har økt arbeidskapasitet og har blitt sterkere.*» Eg som lesar får ei oppfatning av at fokuset er ikkje retta i mot at vekta har minka, men at deltakarane har fått betre helse ved å forsøkje å endre livsstilen til deltakarane.

Avisartikkelen er plassert på to sider. Dei største bileta er på venstre sida og brødteksten er på høgre sida. Dette er ikkje ein tilfeldig plassering i layouten. Høgresida er det lesarane oppfattar først når dei let blikket fare over ei avisside og så kjem venstresida. Difor er det ikkje utan grunn at den mindre overskrifta «*Kiloene raser – helsen forbedret*» står på høgre sida og brødteksten står på høgre sida. Layouten har eit ynskje om at lesarane les brødteksten før dei les dei store biletetekstane på venstre sida. For på den måten skape ein større forståelse på kva dette tv-programmet dreiar seg. Ut frå bare å lese biletteksten, så får ein inntrykk av at det meste har dreid seg om målingar, kva ein et og kor mykje dei har trena.

Bileta er store og tek mykje av plassen på begge avissidene. Dei største bileta er av dei fem personane som deltek i dette TV-programmet i profil saman med store bilettekstar. Det er eit mindre bilete på høgre sida av side to som viser Jeanette Zarif i aktivitet og helserådgjevar Sigmund B. Aasen som står ved sida av. I tillegg så er det eit bilete til som viser alle dei fem deltakarane; Henriette Motzfeldt, Ann Kristin Monsen, Kenneth Hernan, Jeanette Zarif og Espen Aalberg, saman med ein tabell som viser dei vitale måla til kvar enkelt deltakar. Bileta og overskriftene er klare og tydelege, bortsett frå det mindre bilete på høgre sida som er forholdsvis mørkt, som enten er tatt om kvelden eller tidleg på morgon før dagslyset har kome. Alle bileta er ein del av konteksten i denne avisartikkelen ved at bileta har betydning for vinklinga av artikkelen og at det er samspel mellom bileta og tittelen av avisartikkelen (Hillesund 1994).

Bilete denotasjon er bilete av fem overvektige personar i profil med lite klede på seg. Det er eit før og etter bilete av kvar enkelt deltakar som er tatt med fire månaders mellomrom og viser tydeleg at dei har gått ned i vekt ved at bilete er tatt i profil mot ein lys bakgrunn og med lite klede på seg. Alle bileta er tatt av personane med fokus på overkroppen, bar hud og på

den måten fokus på intimisering. På «etter-bileta» står alle fem deltakarane med rakare rygg og med haka meir bestemt fram.

Konnotasjonen av dei fem profilbileta, er at ved 'før' bileta så får eg eit inntrykk av at alle fem har eit lett smil rundt munnen, men føler seg nok ikkje heilt komfortable. I bileta som er tatt etter fire månader verkar alle fem deltakarene meir sjølvsikre i forhold til haldninga dei viser. Eit teikn som eg tolkar positivt og at dei er fornøgde med det dei klart til no. Bileta skaper assosiasjonar til korleis kriminelle blir registrerte med bilete ved ein arrestasjon på måten dei står i profil. Bileta kan få oss til å tenkje at desse personane blir stilt til veggs og synleggjort fordi dei er overvektige. Under bileta er det tekst som fortel kva den enkelte har ete til dei ulike måltida og kor mykje, og tillegg kjem det fram kva type trening og kor mykje dei har trent. På den måten forklarar teksten kva som har blitt gjort for å gå ned i vekt. Teksten og bilete har eit godt samspel og dannar ein visuellverbal eining eller ein leksivisjon som Hillesund (1994) forklarar det.

Saman med profilbileta så står det ein tabell. Tabellen viser vitale mål, fettmåling, kolestrolnivå, kvilepuls, BMI og testresultater før og etter fire månader, og med bilete av fem smilande deltakarar på toppen av tabellen. Det siste bilete viser ein smilande Jeanette Zarif i aktivitet, saman med smilande Aasen som gjev eit oppmuntrande klapp på skuldra til Zarif. Bileteteksten fortel at mannen er ein helserådsgjevar som følgjer opp deltakarane under dette programmet.

Hovudoverskrifta «*Tynnere på Tjukholmen*» gjev meg assosiasjonar til at på staden Tjukholmen så finnas det bare «tjukke» personar! Dette gjev meining når eg les resten av teksten og ser på dei visuelle uttrykka i avisartikkelen. På den måten kjem artikkelens vinkling veldig klart fram ved å bare sjå på overskrifta og det visuelle. Det er tatt i bruk store uttrykksfulle visuelle uttrykk for å illustrere kva denne avisartikkelen skal dreie seg om. Dette er eit typisk kjenneteikn ved den tabloide avisformen (Hågvar 2007).

Diskursen som er mest i bruk i teksten er trening. Den andre diskursen som er framtrudande er helse. Ser vi på forfattaren bak denne artikkelen og tekstproduksjonen; Irene Mårdalen, så får eg ein forståelse av at ho kjenner til diskursane livsstil, helse og trening gjennom korleis ho trekk fram og bruk av *etos* ved dra fram dei vesentlege momenta for å kunne gå ned i vekt, som er kosthold og trening. Dette formulerar ho på ein truverdig (logos) måte og skaper ein nærleik til lesarane ved å bruke ord og uttrykk som er forstålege for dei fleste. I tillegg så blir det tatt i bruk ord som spelar på det følelsmessige -patos. Dette kjem tilsyne i brødteksten

gjennom; «seire i kampen mot fedme», «resultatene er fantastiske» og «helsegevinst av de sjeldne».

Irene Mårdalen¹² er i tillegg til å vera journalist òg personleg trenar. Dette gjer at dette temaet blir hennars spesialfelt innan det journalistiske felt. Dette gjev artikkelen truverdighet til meg som lesar ved at det er ein nærleik mellom bakgrunnen til journalisten og innhaldet i artikkelen. Ved å sjå nærmare på tekstkonsumpsjonen, så ser eg at avisartikkelen tek for seg vesentlege ting ved å fokusere på kvifor det er viktig å gå ned i vekt. Det er ikkje bare det å redusere antall kilo, men du får auka livskvaliteten og får ei betre helse. Vi kan sjå at teksten dreg med seg intertekstualitet ved at den dreg med seg allereie eksisterande diskursar (Fairclough 1992): «Med kondisjons- og styrketrening flere ganger i uken, tre gode måltider samt to mellommåltider og dagen, har kiloene rast av. Samtidig har helsen til alle forbedret seg.»

Når vi ser på overskriftene att, så ser vi òg korleis eksisterande diskursar blir konstatert ved at når «kiloene raser», så blir ein både «tynnere» og «helsen forbedret». Dette byggjer opp om normene om korleis ein bør gå fram for å bli tynnare ved å leggje om kosthaldet og trene meir.

Måten denne artikkelen er vinkla på er i stor grad slik Bakke (1999) forklarar tabloidisering på. Artikkelen er retta mot underhaldning ved at det viser til eit tv-program, samtidig som det er eit ynskje om å spreie kunnskap om farene ved overvekt og kva ein kan gjera for å redusere overvekta. Artikkelen dreg fram overvektige enkeltindivid og viser på ein forenkla måte korleis dei enkelte har gått ned i vekt ved å vise intime og avslørande bilete av deltakarane. Dette byggjer òg opp under tabloidiseringsprosessen av media at det ofte er meir fokus på form framfor innhald, bilete framfor ord (ibid).

Teksten er forma med både harde og mjuke fakta ved at journalisten har tatt i bruk både tal for å stadfeste korleis deltakarane har blitt i betre form og at antall kilo har blitt redusert. Den mjuke formen av teksten kjem tydelig fram i brødteksten ved å bruke ord som spelar på patos

¹² Nettside: <http://www.ringerike.no/om/blogger/stolte-ringerikinger/hei-jeg-heter-irene-mardalen-og-er-en-stolt-ringeriking> (henta frå 09.03.13)

og ved å fortele i ein lett underhaldande form korleis det har gått med dei fem deltakarane. Dette står i motsetning til kva von der Lippe (2010) skriv at i forhold til kriterier i den tabloide pressa er det ofte fokus på 'bløte nyheter' og ikkje 'harde nyheter', men i denne artikkelen vil eg sei at det er ein miks av både harde og mjuke nyheter. På den måten aukar det truverdigheten bak artikkelen og journalisten bak teksten, men samtidig er journalisten bevist kva som fangar lesarane og brukar dei tabloide kriteriene for å få oppmerksamhet.

Teksten tilhøyrer det journalistiske feltet (Bourdieu 2005) og samtidig ein del av helsefeltet og det økonomiske feltet. Kvifor eg kan sei at det er ein del av helsefeltet er at artikkelen tek for seg helsegevinstane ved å gå ned i vekt og kva helseproblemer overvekt kan føre til. Dette kjem fram når journalisten har intervjuet deltakarane; «*Og alle som èn fikk bedre kondisjon og langt mindre risiko for livsstilssykdommer som diabetes og hjerte- og karsykdommer*». Det at eg òg kan sei at det er innafor det økonomiske feltet er fordi denne artikkelen tek for seg eit tv-program som skal sendast på den reklamefinansierte fjernsynskanalen TVNorge. Kanalen er avhengig av å dra til seg mange sjåarar for å kunne tene pengar og må dermed skape tv-program som skaper interesse.

Bourdieu dreg dette fram gjennom å forklare at alle felt er strukturert mellom autonome og heteronome polar. Det vi ser som autonom pol i denne artikkelen er det journalisten legg fram av harde fakta om slankemetodar og korleis deltakarane faktisk har gått ned i vekt med bruk av tal, mens den heteronome polen viser til eksterne krefter og i dette tilfelle til behovet for å inntening (Prieur og Sestoft 2006). Dette kjem fram i artikkelen ved å fokusere på det meir følelsemessige og mjukare sida av artikkelen, og på den måten prøve å fange lesaranes oppmerksamhet og dermed få dei til å velje å sjå på dette tv-programmet på TVNorge. Til dømes; «*Ann Kristin Monsen kunne kaste en av to blodtrykksmedisiner etter de fire månedene på Tjukholmen*» og «*Flere av deltagerne var i faresonen for å få diabetes. Nå – etter oppholdet – er helsefaren redusert kraftig*». Det er ein låg grad av autonomitet i det journalistiske feltet p.g.a. motstand mellom det autonome og heteronome. Bourdieu (2005) seier at for at det journalistiske feltet skal eksistere, så må det eksistere begge delar. Det vil eg påstå kjem fram i denne artikkelen, men at behovet for å tenkje på det økonomiske er dominerande og er eit typisk kjenneteikn på det auka fokuset på økonomi i det journalistiske feltet (Bourdieu 2005). Det kan vera med på å forklare at det blir bruka nesten to heile sider for å dekkje/annonsere tv-programmet.

For at lesarane skal finne denne artikkelen interessant nok til at ein les den, så må det eksistere noko i deira habitus som gjer at dei les denne artikkelen. Fokuset på livsstil, helse og

kropp har alltid vore noko som har betydd noko for folk opp gjennom i historia og korleis dette fokuset har vore med på å plassere folk i eit sosialt system. Før så var folk meir i fysisk aktivitet gjennom arbeid og på den måten kunne oppnå helsefordelar utan å bruke fritida til å trene. Det er ein kamp om makt mellom dei ulike fjernsynskanalane og dei ulike avisene om å få flest mogleg sjåarar og lesarar. Då må journalistane velje tema i forhold til kva som interesser det er i det sosiale systemet. Frå midten av 1980-talet så har det kome fleire og fleire avisartiklar som rettar seg mot trening og helse, og dette aukar utover 1990-talet og 2000-talet. Dette kjem òg fram i metodekapitlet¹³. Dette vil eg påstå har samanheng med fokuset på kroppsidealet slank og vellykka, og på den måten er den ideologien som er dominerande i forhold til korleis ein skal sjå ut i 2004 då artikkelen er skriven.

Det journalistiske feltet som har stort nedslagsfelt er med på å gje føringar på korleis vi 'bør' sjå ut for å oppnå symbolsk kapital. Dette tolkar eg som at journalisten av denne artikkelen er bevist på ved å bruke ei overskrift som treffer dei 'tjukke' i mest mogleg grad; «*TYNNERE PÅ TJUKKHOLMEN*». Ordet tjukk er eit negativt lada ord vil eg sei. Eit meir akseptert ord er for dei som har litt for mange kilo, er overvektig eller fedme. Ordet fedme blir brukt i brødteksten og ingressen. På den måten framstiller journalisten deltakarane på ein litt betre måte, men målet er at deltakarane skal bli tynnare og dette klarer dei ikkje å gjennomføre eigenhand og må delta på eit program for å kunne klare det tolkar eg.

Det vi ikkje kan les ut av denne artikkelen er kva jobb og utdanning dei har, og på den måten kunne belyse litt meir bakgrunnen til kvar enkelt er. Dette er kanskje ei bevist utelukking frå journalistens side og på den måten bare kunne fokusere på at desse fem deltakarane har fedme og eit helseproblem. Einaste årsaken som vi lesarar kan lese ut av dette er at dei har eit helseproblem på grunn av fedmen og ingenting anna. Kva dei dreg med seg av kapitaltypar og habitus kan vi ikkje lese ut av denne artikkelen, men vi kan seta det inn i korleis deltakarane er ein del av samfunnet i 2004 og då veit vi at det er eit auka fokus på det å vera slanke og veltrena. Mange etterstrebar dette for på den måten oppnå verdsetting av samfunnet. Dette meiner eg journalisten er bevist gjennom å framstille dette tv-programmet på denne måten.

¹³ Vedlegg 1: Søk i Atekst på trening+helse i perioden 1990 til 2012

Brødteksten i hovudartikkelen «*Pondus ut – vaskebrett inn*» startar med uttalesar i frå sosiolog Marianne Inez Lien frå Senter for kvinne- og kjønnsforskning ved Universitetet i Oslo kor ho uttalar; «*Menn med pondus signaliserer ikke makt slik de gjorde før*». I staden meiner ho at viss ein mann har mage, så signaliserar det «*at du ikke har kontroll på hva du spiser*». Derfor er det få næringslivslederer «*med mage i dag*» og no er «*bildet av den vellykkede mannen i endring*». Mannen skal i dag ha «*en slank og trent kropp*». Ernæringsfysiolog Cathrine Borchsenius har skreve ei bok for menn «*som veier for mye*». Årsaken til det er som det kjem fram i brødteksten «*vi har andre behov enn kvinner. De fleste menn har ikke noe til overs for den klassiske slankematen*». Boka som det blir vist til i brødteksten inneholder; «*mannens slankebok, treningsprogram og pulsberegninger*». Dette med kjønnsforskjellane i forhold til slanking og trening blir vidare understrekja med at «*når menn først tar på seg treningstøy, så vil de trene ordentlig*». I det siste avsnittet i hovudartikkelen er det forskar og professor i sosiologi Ulla-Britt Lilleaas som uttalar at menn har «*tradisjonelt vært lite opptatt av egen helse*» og «*overlater mye av sin egen helse og det som skjer med kroppen, til kvinnene i sitt liv*».

I den neste større artikkelen med overskrifta «*Vil opp av sofaen*», så er det ein artikkel om Edsbergløkken som er «*lett overvektig*» og som har ei slekt som «*sliter med høyt kolestrol*» og «*ingen må morsiden har nådd pensjonsalder*». Dette gjer at Edsbergløkken er «*nødt til å leve sunt*». Han ynskjer å endre vanane sine bl.a. innbærer; «*frokost hver dag [...] regelmessige måltider, samt to skiturer og en styrketreningsøkt i uken*». Den eine mindre notisen tek for seg forskjellen mellom menn og kvinner i forhold til fettprosent, normalt daglig kaloriinntak og livomkrets. Den andre notisen tek for korleis ein bør trene og den tredje notisen tek for kor mange måltid ein bør ete pr. dag og viktigheten av å ete frukost.

Layouten tek i bruk kontrastane lyse og mørke fargar i forhold til overskriftene og for å skille artiklane i frå kvarandre. Artikkelen om Edsbergløkken er skreve på svart bakgrunn og med kvit skrift, og som blir ofte bruka for å få fram meir spesielle ting eller dramatiske hendingar (Hillesund 1994). Dette vil eg påstå er i samanheng med at Edsbergløkken fortel om familie som ikkje har nådd pensjonsalderen p.g.a. høgt kolestrolnivå. Biletast dennotasjon er at det største bilete viser ein smilande Edsbergløkken i profil i truse med avklede klede under knea sine og på golvet på eit kjøkken. Bak Edsbergløkken står journalisten von der Fehr og ser på rompa hans. von der Fehr blir framstilla i uskarpt, men eg ser at ho smiler. I tillegg er det eit mindre bilete av Edsbergløkken på langrenns ski. Det siste bilete viser eit portrettbilete av smilande sosiolog Lien. Det største biletest konnotasjon er å vise at Edsbergløkken har litt

mage og dette måler journalisten von der Fehr med eit måleband. Bilete viser ikkje akkurat truverdighet rundt målinga, då målebandet ligg på det smalaste partiet av magen til Edsbergløkken! Journalistens von der Fehrs faglege bakgrunn er statsvitenskap og det kan verke som dei skjønner det ved at dei står med store smil rundt munnen¹⁴. von der Fehr er uskarpt framstilt og det er nok eit ynskje i forhold til artikkelen at Edsbergløkken skal vera i fokus i forhold til artikkelen. Dette blir òg forsterka ved at det er eit lite bilete av Edsbergløkken på ski og i ein aktiv posisjon. Konnotasjonen vil eg påstå er å fokusere på Edsbergløkken på kjøkkenet der han et 'litt for mykje' mat og hans ynskje om å vera i meir fysisk aktivitet, og derfor skibilete som illustrerar dette. Det er òg lagt til tre mindre notiser som byggjer opp rundt hovudartiklane og er plassera på høgre sida av artikkelen om Edsbergløkken.

Vinklinga av artikkelen er retta mot ein miks av sjangerane featurereportasje og nyhetsreportasje. Journalisten tek både for seg ein historie om Edsbergløkken og som ofte kjenneteiknar featurereportasjar. I tillegg så blir det lagt fram ein artikkel som i større grad fokuserar på å formidle ein nyhet om at menns mage ikkje lengre signaliserer makt (von der Lippe 2010). Dette blir formidla gjennom bruk av ulike retoriske grep. Etos ved at journalisten formidlar eit inntrykk på korleis menn som næringslivsleiarar med pondus blir sett på i dagens samfunn og i denne samanheng at dei ikkje har kontroll. Logos kjem til uttrykk ved at journalisten tek med seg uttalelsar i frå ein rekkje fagfolk for å byggje opp truverdigheten rundt artikkelen i forhold til menn, kropp, trening og slanking. For å skape ei reportasje som lesarane vil lese, har journalisten tatt i bruk patos for å skape følelsar i teksten og på den måten fange flest mogleg lesarar og skape engasjement rundt teksten. Dette kjem til syne i bl.a. overskrifta «*Pondus ut – vaskebrett inn*» og at pondus ikkje signaliserer makt lengre, men i staden signaliserer at du ikkje har kontroll. I brødteksten blir ordet «*kjerring*» i ei negativ vending bruka i forhold til å slanke seg. Vidare at mannen er «*trendy*» viss han er slank og veltrent. Men viss mannen får dårleg helse, så er dei avhengig av; «*kvinnene i sitt liv*» og få «*kniven på strupen*» for å ta tak i den dårleg helsa.

¹⁴ Nettside: http://www.journalisten.no/media/annelise_von_der_fehr (henta frå 09.05.13)

I artikkelen «*Vil opp av sofaen*» er det òg mykje bruk av patos gjennom å prøve å formidle følelsane til Edsbergløkken, som «*er nødt til å leve sunt*», men føler seg «*fanget*» i forhold til «*for mye kos*», men «*trening er han derimot veldig glad i*».

Artikkelen dreg med seg intertekstualiteten i forhold til tidlegare analyserte artiklar i denne oppgåva. Der eg ser at det er eit auka fokus på å bekjempe overvekt. Det er ikkje noko nytt fenomen etter år 2003. Det er noko som Atekst kan vise tilbake til har blitt omtala, så langt tilbake som til 1963 (sjå tidlegare omtale), men at det kjem fleire og fleire artiklar som handlar om slanking. Det som er nytt her i denne artikkelen er at det er mannen som er i fokus og fokusering på at «*pondus signaliserer ikke makt slik de gjorde før*». I tillegg å knytte det mot «*at du ser ikke mange næringslivsledere med mage i dag*». Dette har nok samanheng vil eg tru at det er eit auka fokus i samfunnet på å treningsdiskurs og helsediskurs, og dette kan eg sjå når eg søker på begrepa trening og helse på Atekst som kjem fram i kapitlet om metode at antall artiklar som omhandlar desse begrepa aukar i perioden 2003 til 2012.

Treningsdiskursen er mest framtrødane i denne avisartikkelen og blir bruka som eit viktig argument i forhold til korleis framstå som «*den vellykkede mannen*» i år 2006. Samtidig som det er stort fokus på kjønn og då mannen. Måten å kunne framstå som «*den vellykkede mannen*» er å ha «*en slank og trent kropp*» kjem det fram i brødtæksten og er ein uttalelse frå sosiologen Lien. Ernæringsfysiologen Borchsenius viser òg til treningsdiskursen og mann, og uttalar at menn «*går lettere ned i vekt enn kvinner*» og «*responderer lettere på trening*». Treningsdiskursen og mann blir òg framtrødane i kva helse- og treningsterapeut Halvor Lauvstad seier at «*vi har andre behov enn kvinner*» og då meiner han i forhold til at menn «*har ikke noe til overs for den klassiske slankematen*» og «*når menn først tar på seg treningstøyet, så vil de trene ordentlig*».

Helsediskursen blir dratt fram i det siste avsnittet i «*Pondus ut – vaskebrett inn*» og «*Vil opp av sofaen*». Der kjem det fram at «*menn har tradisjonelt vært lite opptatt av egen helse*» og «*overlater veldig mye av sin egen helse [...] til kvinnene i sitt liv*» uttalar forskar Lilleaas. Helsediskursen er òg tydeleg i artikkelen om Edsbergløkken som «*er nødt til å leve sunt*», fordi «*ingen på morssiden har nådd pensjonsalder*» p.g.a. «*høyt kolestrol*». Denne artikkelen har mykje fokus på kosthold og trening; «*Øysteins første mål er frokost hver dag og regelmessige måltider, samt to skiturer og en styrketreningsøkt i uken*».

Diskursorden livsstil ligg som ein overordan diskurs her i forhold til at eg meiner at artikkelen fokuserar på dei viktige tinga i forhold til å ha ein god livsstil. Dette dreiar seg om å tenkje på

kva val ein tek i forhold til å ha ei god helse, fornuftig kosthold og vera i fysisk aktivitet. Det artikkelen ikkje tek med er i forhold til livsstil, er den psykiske sida i forhold til nok søvn og stress som er òg er viktige faktorar i forhold til å ha ein god livsstil. Fokuset i artikkelen er i større grad retta mot kosthold og trening. Dette heng saman med vil eg påstå korleis den tabloide journalistikken er med å framstille saker på ein forenkla måte og med fokus på underholdning og individorientering. Dette kjem fram i artikkelen med å vinkle det mot bl.a. mannens pondus, «*når menn først tar på seg treningstøyet, så vil de trene ordentlig*» og ved å dra fram «*lett overvektige*» Edsbergløkken. I tillegg biletetes framtrødane rolle i denne artikkelen med Edsbergløkken i profil med «*pondusen sin*» (Bakke 1999).

Artikkelen tek i bruk stereotypier for å skape oppmerksamhet rundt temaet menn og slanking. Artikkelen startar med at «*menn med pondus signaliserer ikke makt slik de gjorde før*», men at det i staden «*signaliserer det at du ikke har kontroll på hva du spiser*». Dette er eit typisk kjenneteikn på kjønnsstereotypier med å skrive eit forenkla synspunkt knytta til sosiale og kulturelle betegnelsar på individ, og i dette tilfelle om mannen (von der Lippe 2010). Det kan vera fleire årsaker til at ein mann har mage eller er overvektig. Det er ikkje nødvendigvis at han «*ikke har kontroll*» på kva han et. Det kan vera at han har ein sjukdom eller andre helseproblemer. I tillegg i denne samanheng så kan det verke som journalisten antyder med å seta ein samanheng mellom makt, pondus og ikkje ha kontroll, at menn med pondus har lite kontroll på livet sitt! Dette meiner eg blir forsterka seinare i brødteksten ved at sosiologen Lien viser til at «*bildet av den vellykkede mannen i endring*» og at «*den trendy mannen har en slank og trent kropp*». Det er bra at det blir satt fokus på at det er bra å trene, men at fokuset her i denne artikkelen blir på ein måte retta mot at viss du er litt overvektig eller har litt mage, så er du ikkje «*den vellykkede mannen*» eller «*trendy mannen*».

Det kjem òg fram i artikkelen at menn har vore lite opptatt av eiga helse og «*overlater veldig mye av sin egen helse og det som skjer med kroppen, til kvinnene i sitt liv*». Her òg meiner eg at artikkelen antyder at menn ikkje har «*k kontroll*» på seg sjølv og at viss ein mann har dårleg helse, så klarer han ikkje sjølv å finne ut av det! Det kan sikkert vera at ein del menn er slik og som det kjem fram i artikkelen dreiar dette seg om ei forsking på hjertesjyke menn av forskar Lilleaas, men det er mange andre ting som kan gje helseproblemer enn bare hjerteproblemer. Denne måten å vinkle artikkelen på viser ei forenkling av ein sak som fokuserar på menn og slanking, og som eg skreiv tidlegare ein del av den tabloide journalistikken og døme på korleis stereotypi blir tatt i bruk for å skape fokus hjå lesarane.

Denne avisartikkelen synast eg bærer preg av at journalisten dreg med seg ein bakgrunn ikkje nødvendigvis retta mot trening og helse, men tilhører det journalistiske feltet og då med eit større fokus på å skape ein artikkel som lesarane vil lese. Blant anna kjem dette fram i forhold til bilete av Edsbergløkken og kor journalisten von der Fehr blir framstilt uskarpt med eit måleband rundt hoftene til Edsbergløkken i staden for å måle livomkretsen, som ligg ein måler omtrent ved navelen!

Kva journalisten dreg med seg i sin habitus som påverkar innhaldet av artikkelen kjem ikkje fram i denne artikkelen, men von der Fehr har intervjuet fleire fagfolk innan sosiologi, ernæring, helse og trening, og ein forskar i helsefag for å skape troverdighet rundt denne artikkelen. Alle desse fagfolka dreg med seg ein habitus innafor sitt fagområde som skaper troverdighet i det offentlege rom ved å uttale seg innafor sitt fagfelt (Bourdieu 1977). På den måten har journalisten fokus på den autonome journalistikk med å drive ein form for gravejournalistikk med å dra inn fagfolk. I tillegg har journalisten fokus på den heteronome journalistikk ved å lage ei historie som fangar lesarane og at dei dermed kjøper avisa (Prieur og Sestoft 2006). Dette kan vera med å forklare kvifor journalisten von der Fehr skriv denne artikkelen ved at ho ikkje har så stor fagleg bakgrunn innan trening og helse slik eg ser det, men har høg grad av kapital i det journalistiske feltet ved at ho har evnen til å lage ei reportasje som kan bidra til økonomisk gevinst for VG (Bourdieu 2005).

Den kapitalformen som er synleg i denne avisartikkelen er kulturell kapital. Kulturell kapital kjem til syne gjennom institusjonalisert tilstand ved at ei gruppe aktørar blir framheva gjennom offentlege verdsatte utdanningar, d.v.s. i dette tilfelle sosiolog, klinisk ernæringsfysiolog, helse- og treningsterapeut og forskar (Prieur og Sestoft 2006). Kor i det hierarkiske systemet denne gruppa av aktørar tilhører kjem det lite fram av ved å lese denne artikkelen og på den måten kunne plassere dei inn i symbolsk kapital. Sosiologen Lien blir framheva både med eit bilete og beskrive som «*ekspert*» i denne artikkelen. På den måten vil eg meine at ho har ein meir sentral rolle i denne artikkelen og har ein større grad av symbolsk kapital enn dei andre fagfolka i det journalistiske feltet. Dette gjennom dei ulike utsagn ho gjev i forhold til det å vera næringslivsleiar; «*Du ser ikke mange næringslivsledere med mage i dag*», «*pondus signaliserer ikke makt*» og «*i steden signaliserer det at du ikke har kontroll*». Dette stemmer vil eg påstå i forhold til den tida artikkelen er skrevet i og har blitt eit meir og meir sentralt synspunkt åra etter 2006 i forhold til at når ein har ein posisjon som leiar, så skal du være veltrent og slank. Viss du ikkje er det, så viser du ikkje god nok 'kontroll' på deg sjølv og sender kanskje ut signaler om at du ikkje er dyktig nok i jobben! Dette er symbolsk

makt ved at Lien kan gjennom utsagn få andre til å tru på denne oppfatninga og det meiner eg ho har belegg for å meine (Bourdieu 1996). Lien og journalisten er ein del av sin tid og med det auka fokuset trening og det å vera slank, så er denne artikkelen relevant og «in» i forhold til 2006 (Fairclough 2010).

Den symbolske makta kjem òg til syne ved at journalisten vinklar artikkelen mot menn, trening og slanking. Journalisten gjev verdsetting og legitimitet til ei gruppe aktørar, nemlig menn (Slaatta 2003). Dette gjer journalisten ved å framstille menn som er veltrente og slanke, som «*vellykket og trendy*». Journalisten skriv i forhold til slanking, trening og menn at «*menn går ofte lettere ned i vekt enn kvinner*» og når menn vil trene, så vil dei «*trene ordentlig*». På den måten meiner eg journalisten framhevar menn på bekostning av kvinner. Det stemmer det at menn har større muskelmasse og dermed kan gå fortare ned i vekt, men kva som er «*ordentlig*» trening eller ikkje vil eg påstå er individuelt uavhengig av kjønn. Likevel blir noko av dette retta opp i siste avsnittet då forskar Ulla-Britt Lilleaas uttalar at menn er lite opptatt av eiga helse og «*overlater veldig mye [...] med kroppen, til kvinnene i sitt liv*». Lilleaas meiner at «*kvinner må slutte å ta ansvaret for menns helse*». Bilete illustrerar dette på ein god måte ved at den kvinnelege journalisten von der Fehr målar livomkretsen på Øystein Edsbergløkken. I dette ligg det at media har ei rolle i forhold til korleis ei ytring eller sak blir formidla og er ikkje nøytrale i det dei formidlar (Slaatta 2003).

5.4 «Kilokrig på slankeskole»

Avisartikkelen er denne gongen henta frå søndagsutgåva til VG 28. januar 2007.

Avisartikkelen dekkjer to sider under temasida «*vektklubben.no*». Journalist er som i førre artikkel Anne-Lise von der Fehr og fotograf er Roger Neumann. Arikkelen er delt opp med overskrifta «*Kilokrig på slanke-skole*», eit stort bilete, eit lite bilete, ein større brødtekst og to mindre tekstar som høyrer saman med hovudbrødteksten.

vektklubben.no Klikk deg inn i dag!

Bli lett på nett - GODE RÅD - Vektprofil - GOD MAT - DAGBOK - MOSJON - HOLD VEKTEN - Priser:

Skiføre, sukker og bioetanol

Endelig kom skiferet til de fleste av oss, ingen ironiskvis. Det kan måle seg med en skiløper.

Alle de store muskellagene er i arbeid, og alle er opptatt av å holde seg i form. Dette er en god tid for å ta seg av seg selv. Du kan gjøre det på mange måter. Du kan gå på skiløyper, du kan gå på sykkel, du kan gå på løp, du kan gå på svømming. Du kan gjøre det på mange måter. Du kan gjøre det på mange måter.

Kilokrig på slanke-skole

STAVERN (VG) De dager i ukens sliter 14 tungvektere skolebenken og svetter seg gjennom røffe gymtimer i kampen mot altfor mange kilo.

Stavren er en av de aller største byene i Norge. Byen ligger på øya Stavern, som er en del av Stovner kommunen. Kommunen er en av de største i Norge, og har en befolkning på over 100 000 mennesker. Kommunen er også en av de rikeste i Norge, og har en høyt utdannede befolkning. Kommunen er også en av de mest aktive i Norge, og har mange ulike aktiviteter og tilbud for sine borgere.

De aller fleste av de 14 tungvekterne som deltar i «Kilokrig på slanke-skole» er fra Stavern. De er alle overvektige, og har prøvd mange ulike måter å bli slanke på. Nå har de kommet til «Kilokrig på slanke-skole», som er et samarbeid mellom Stavern kommune og Spesialsykehuset for rehabilitering i Stavern. Programmet består av 14 dager med trening og kostholdskursing. De deltagende vil bli delt inn i grupper, og hver gruppe vil ha en egen trener og kostholdsrådgiver. De vil også få tilgang til et utvalg av utrustning og hjelpemidler som er nødvendige for å gjennomføre programmet.



BALKING: Det er en utfordring for Gunnar Stavern, 47 år gammel, å holde seg i form. Han er en av de 14 tungvekterne som deltar i «Kilokrig på slanke-skole».

Har oddsen mot seg
All forskning vi langt viser at slankekorset i Stavern og ved andre tilbud i Norge har oddsen mot seg.

Det er en utfordring for Gunnar Stavern, 47 år gammel, å holde seg i form. Han er en av de 14 tungvekterne som deltar i «Kilokrig på slanke-skole».

Stavern, 47 år gammel, har prøvd mange ulike måter å bli slanke på. Nå har han kommet til «Kilokrig på slanke-skole», som er et samarbeid mellom Stavern kommune og Spesialsykehuset for rehabilitering i Stavern.

- Helt topp

STAVERN (VG) 35 kilo har Petter Stavern tatt av siden han begynte på slankekorset i Stavern.

Stavern er en av de aller største byene i Norge. Byen ligger på øya Stavern, som er en del av Stovner kommunen. Kommunen er en av de største i Norge, og har en befolkning på over 100 000 mennesker. Kommunen er også en av de rikeste i Norge, og har en høyt utdannede befolkning. Kommunen er også en av de mest aktive i Norge, og har mange ulike aktiviteter og tilbud for sine borgere.

Mat og vann
Når Petter Stavern tar seg av seg selv, er det mat og vann som er viktig. Han har prøvd mange ulike måter å bli slanke på, og har kommet til «Kilokrig på slanke-skole», som er et samarbeid mellom Stavern kommune og Spesialsykehuset for rehabilitering i Stavern.

Ekspertene svarer

KOLS og trening
Jeg har KOLS og har derfor vanskelig for å trene. Har du noen råd?
KOLS er en kronisk sykdom som påvirker blodårene. Det betyr at det blir vanskelig for blodet å nå de ulike delene av kroppen. Dette kan føre til ulike symptomer, som for eksempel kortpustethet, tretthet og smerter i brystet. Det er viktig å følge opp KOLS med medisiner og livsstilsendringer. Trening er viktig, men det er viktig å gjøre det på riktig måte. Det er viktig å snakke med legen din om hvilke typer trening som er trygge for deg.

Alternativer til brød

Har du problemer med å finne gode alternativer til brød? Her er noen gode tips som kan hjelpe deg på vei til et sunt kosthold.

Vil forbrenne mest mulig

Her er noen gode tips som kan hjelpe deg på vei til et sunt kosthold.

Artikkel 5-4: "Kilokrig på slanke-skole" fra VG 28.01.2007

Det er flere mindre avisartikler rundt «Kilokrig på slanke-skole» og alle har tilknytning til temaet «vektklubben.no».

Ingressen fortel oss at avisartikkelen handlar om «14 tungvektere» som er på «skolebenken» og «svetter seg gjennom røffe gymtimer i kampen mot altfor mange kilo.» Overskrifta og bilete fortel ganske tydeleg kva denne artikkelen handlar om og når eg i tillegg les ingressen så er det ikkje noko tvil om at dette dreiar seg om slanking. Brødteksten fortel om eit behandlingsopplegg av 14 sjukeleg overvektige personar ved Spesialsykehuset for Rehabilitering i Stavern. Opplaget fokuserar på å endre livsstilen for å betre helsa gjennom trening og kostholdskursing. Det kjem fram at mange av deltakarane slit med stoffskifte og «det kreves mer aktivitet av dem for å ha kontroll på vekten». Opplaget fokuserar på å auke kunnskapen rundt trening og kosthold for å betre helsa.

Vinklinga av artikkelen er mot slanking av «tungvektere» vinkla gjennom «skolebenken». Journalisten legg fram dette behandlingsopplegget for sjukeleg overvektige som eit skuleopplegg. Ho brukar ord som knyttar brødteksten til skule, t.d. «slanke-skolen», «skolebenken», «gymtimer», «skoleunger», «timeplan», «undervisning» og «lekser». Måten journalisten dreg inn skule på i forbindelse med eit behandlingsopplegg gjer

at dette opplegget for meg bærer eit preg at no skal «*tungvektene*» lære å bli slanke, fordi det har dei ikkje lært tidlegare.

Biletas dennotasjon viser tre kraftige menn i fysisk aktivitet med tre store gympballer (fitnessballer) inne eit rom med store vindauger. To er iført mørk treningsbukse og t-skjort, og den siste i stripete t-skjorte og shorts. Det vesle bilete viser deltakaren Gunnar Stangeby på ei vekt saman med ein som kontrollerar vekta. Når eg ser på biletast konnotasjon ser det ut som tre menn som gjev alt med full energi, med både eit smil rundt munnen og konsentrerte uttrykk i fjesa. Inntrykket desse mennene gjev meg er at dette er menn som ikkje er vant til å trene på grunn av at ein ser overvekta deira og at dei er i aktivitet med gympballer, som ofte er i bruk i forbindelse med leik eller fitness trening. Det er kanskje ikkje den mest typiske aktivitet for «store karar».

Layouten legg i denne avisartikkelen stor fokus på bilete og overskrifta kor «*slanke-skole*» er sterkt framheva med tjukkare bokstavar og dermed fangar lesaranes oppmerksamhet før «*Kilokrig*». Bilete ligg på mest til høgre og det er i henhold til korleis vi bevegar auga våre på ei avisside. Først frå høgre, så mot venstre og så nedover sida (Hillesund 1994). Brødteksten ligg til venstre for det store bilete. Det er to mindre notiser som høyrer til «*slanke-skolen*». Ein med overskrifta «*-Helt topp*» med svart skrift mot kvit bakgrunn. Den andre notisen har overskrifta «*Har oddsen mot seg*», som er skriva med kvit skrift og mot svart bakgrunn. Når det i layouten blir tatt i bruk ulike bakgrunnar, så er det for å skille artiklar frå kvarandre i forhold til om dei er negative eller positive. Svart bakgrunn blir ofte bruka ved dramatiske nyheter eller kommentar. Måten desse to avissidene er forma er etter tabloide trekk i forhold ulik bruk av skrift, bakgrunn, fleire artiklar som byggjer på kvarandre, fokuset på orden og assymetri (Hillesund 1994).

Denne teksten dreg med seg intertekstualitet ved søk på Atekst og funn av avisartiklar frå VG heilt tilbake til 1963¹⁵, som tek for seg slanking og at overvekt er skadelig. Eg kan òg sjå intertekstualiteten ved å samanlikne den med avisartikkelen «*Tynnere på Tjukkholmen*» frå

¹⁵ Vedlegg 3: «*Slanking kan føre til nervesammenbrudd*», VG 10.09.1963 (henta frå Atekst)

2003 som har blitt analysert tidlegare i denne oppgåva. Der fem overvektige personar skulle slankast i fellesskap på «*Tjukkholmen*» og i denne avisartikkelen er det 14 overvektige som skal slankast i fellesskap på «*slanke-skolen*». Bruken av skulebegrepet bærer med seg intertekstualitet ved at dette er kjent for dei aller fleste her i landet. Når journalisten von der Fehr brukar ord som t.d. «*gymtimer, skolebenken, timeplan og lekser*», så skapar det assosiasjonar hjå mange mennesker, slik at det blir lett å forstå brødteksten og kva denne «*slanke-skolen*» går ut. Det er at overvektige skal «*lære*» om kosthold og fysisk aktivitet for å få ein betre livsstil.

Denne avisartikkelen kan plasserast i ein miks av sjanger ved å blande featurjournalistikk og reportasje. Featurejournalistikken kjem fram i denne artikkelen ved personvinkling av deltakarane på «*slanke-skolen*» og reportasjejournalistikken kjem fram ved å vise til noko som har skjedd og kjem ikkje med nokre oppfordringar til lesarane. Dette blir formidla ved å vise til stemninga og håpet til til deltakarane som ynskjer å gå ned i vekt (von der Lippe 2010); «*Da Petter begynte på kurset i mars i fjor, slet han med sukkersyke og høyt blodtrykk. Han hadde mistet førerkortet på tungtransport fordi helsa ikke var god nok.*»

For å få fram truverdighet og interesse rundt denne avisartikkelen tek journalisten i bruk retoriske grep. Journalistens faglege kunnskap om slanking og livsstil synas eg kjem lite til syne i brødteksten, men ho får fram gjennom bruken av etos sitt eige uttrykk på dette forskingsprosjektet ved å vinkle det mot skule og bruken av skulebegrep. von der Fehr skreiv artikkelen «*Pondus ut – vaskebrett inn*» og der viste eg til at hennars faglege bakgrunn ikkje er helse og trening, men statsvitenskap. Likevel klarer journalisten å byggje opp om truverdigheten ved å få fram faktakunnskap ved bruk av logos. Dette kjem til syne ved å vise til at «*slanke-skolen*» ikkje er useriøst ved at det kjem fram i brødteksten; «*er et forskningsprosjekt ved Spesialsykehuset for Rehabilitering i Stavern [...] for sykelig overvekt i Helse Sør*» og «*Kurset følger nasjonale anbefalingene om fem om dagen og 50 til 60 prosent energi fra karbohydrater*». I den svaret notisen blir logos bruka for å vise at det er liten sannsynlighet at desse vil klare å holde på vekta når dei er ferdeg med opplegget; «*All forskning så langt viser at slankerne i Stavern [...] har oddsene mot seg*». Det kjem fram i den same teksten at slankarane har liten sannsynleghet til å klare å halde vekta nede, men «*at slankeoperasjoner er det som gir best varig resultat*». Det seier vel seg sjølv når ein fjernar delar av magesekken, så er delar av magesekken fjerna og dermed eit varig resultat! Her forsøker von der Fehr å få fram logos ved å vise til «*forskning på området*», men med ein mindre bra formuleringen og dermed svekkar truverdigheten av innhaldet i artikkelen.

Bruken av patos er flittig tatt i bruk i brødteksten for å skape stemning og underholdning for lesarane og kjem fram i bl.a.; «*glede er det ikke mangel på i lokalene til gamle tuberkuloseisolatet*», «*leker som ekte skoleunger*», «*laget meg nesten hyperaktiv*» og «*selv om du kjører i grøfta, behøver du ikke havne helt ute på jordet*». Det at «*glede*» og «*gamle tuberkuloseisolatet*» blir dratt fram i denne konteksten fortel for meg eit ynskje om å få fram at no har «*gleden*» kome tilbake til «*isolatet*»! Staden var prega av mange triste historiar då spesialsjukehuset tidlegare var eit isolat for pasientar med tuberkulose. Tuberkulose var den mest dødlege sjukdommen på 1920-talet i Noreg. Journalisten brukar dette ved å bruke patos.

Måten journalisten dreg fram det som skjer på «*slanke-skolen*» gjennom bruk av patos, dra samanlikningar med skulen og rette det mot enkeltindivid, så spelar journalisten på den tabloide journalistikk. Når ho så legg til «*tuberkuloseisoltatet*» og «*de må kunne gå mer enn 100 meter [...] kriterium for å luke ut de som ikke kan delta*», så byggjer von der Fehr opp rundt tabloidjournalistikken ved å fokusere på dramatisering og underholdning, og lite debattstoff (Bakke 1999). Det er lite i brødteksten som skaper opprør eller debatt, fordi teksten tek for korleis eit sjukehus prøver å hjelpe nokre som er sjukeleg overvektige. Dette må vera det beste som kan skje desse 14 deltakarar, at dei kan vera med i eit prosjekt, som kan hjelpe dei å få ein betre livsstil.

Diskursorden livsstil er sentralt i teksten ved at den fokuserar på diskursane trening og helse. Spesielt er det stort fokus på trening eller fysisk aktivitet pakka inn i «*gymtimen*». Andre diskursar som har betydning for kva livsstil ein har og som kan gå under diskursorden livsstil er kosthold og spesielt retta mot å auke kunnskapen rundt mat.

Kva som er årsaken til at desse 14 deltakarane er overvektige kjem fram i brødteksten ved å vise til at dei ikkje har nok kunnskap om mat og at dei slit med stoffskifte og andre fedmerelaterte sjukdommar. Det kjem ikkje fram i brødteksten om det andre sider i livet til deltakarane som gjer at dei har utvikla fedme. Deira habitus kjem fram her som 14 deltakarar, som ikkje har kontroll på maten og er i for lite fysisk aktive. Det kjem ikkje fram kva utdanning eller jobb dei har, bortsett frå Petter Gjerdrum som er tungtransportsjåfør. Eg veit ikkje kva habitus dei dreg med seg frå barndommen og ofte er det der ein kan finne forklaringane på som i dette tilfelle kvifor nokon har blitt overvektige. Dette fordi mennesker er strukturert og forma av den sosiale verda dei er en del. Prosjektet har som mål å endre livstilen, som dei må følgje resten av livet for å få bukt med fedmen. D.v.s. at det må skje endringar i deira habitus for å få dette til og det er mogleg, men det tek tid (Bourdieu 1993).

Ut frå den mindre notisen «-Helt topp», så byrjar det å skje ei endring i Petter Gjerdrum sin habitus ved at det i teksten kjem fram; «*Nå trener Petter to-tre ganger i uken og sekken er en fast følgesvenn. Der er det matpakke og vannflaske*». Før trente han ingenting, røyka og drakk kaffe.

Det at deltakarane byrjar å få ein endring i livsstilen i ei positiv retning tolkar eg som at dei byrjar å forstå helsefeltet når eg les artikkelen «-Helt topp». Fordi det må vera ein relasjon mellom habitus og feltet, for at habitus skal «trivast» i det feltet (ibid.)

I motsetning til kva journalisten viser då ho skriv notisen «*Har oddsen mot seg*» der eg får eit inntrykk at von der Fehr har liten tilknytting til det medisinske feltet ved å ikkje ha noko i sin habitus, som skapar relasjonar til dette feltet sidan ho formulerer teksten på denne måten; «*best resultat med slankeoperasjon og ingenting som beviser at kirurgi er betre enn livsstil*». Kan årsaken til dette ligge i det journalistiske feltets press frå heteronome sida? At det er eit press frå eksterne krefter om å skrive artiklar som gjev større økonomisk avkastning ved å fokusere på å lage ei historie med lite teknisk innhald (Prieur og Sestoft 2006). Kva posisjon journalisten von Der Fehr har i det sosiale spelet i det journalistiske feltet er viktig i forhold til om ho kan bidra til økonomisk gevinst eller ikkje (Bourdieu 2005). Ut frå avisartikkelen gjev von Der Fehr meg eit inntrykk av å beherske den tabloide journalistikk med å skape underholdning rundt eit tema, slik at eg som lesar blir interessert i å lese avisartikkelen. Likevel er det lite teknisk innhald og lite forskingsresultater som skaper truverdighet rundt det ho skriv om.

Deltakarane har ikkje mykje kapital i form av makt i denne konteksten. Det er prosjektleiaren Espen Gjevestad som viser makt i forhold til å vera ein del av sosiale kapital ved å tilhøyre eit forskingsprosjekt. Dette kjem fram ved å kontrollere vekta til deltakarane og «*jobbe med motivasjonen*» til deltakarane. Dette kjem meir til syne ved at det lagas timeplan og drivast undervisning; «*Vi rydder opp i begreper og går inn på de grunnleggende prinsippene*» og «*noen ganger får de konkrete hjemmelekser*». Gjevestad er leiar av eit prosjekt og då ein viss betydning i dette prosjektet og står høgare opp i eit hiarktisk system. Kor høgt han står kjem ikkje fram her, som kan gje han symbolsk makt eller ikkje innan dette forskingsfeltet. Det vil likevel førekome ein symbolsk effekt eller verdi mellom mennesker i eit samfunn og dermed i dette forskingsfeltet (Bourdieu 1996). Det som kjem fram av symbolsk makt er forholdet prosjektleiar og deltakarane ved å sjå på posisjonen og statusen mellom prosjektleiar og posisjonen til deltakarane (Slaatta 2003). I dette tilfellet er det prosjektleiaren som har symbolsk makt ved å inneha større verdsetting enn deltakarane.

Journalisten von der Fehr utøvar symbolsk makt i det journalistiske feltet ved at ho har dominans i forhold til posisjonane til deltakarane i denne avisartikkelen. Dette har ho fordi ho er formidlaren av dette forskingsprosjektet og kan forme teksten på sin måte, og i tillegg er ho ikkje nøytral i det ho formidlar (Slaatta 2003). von der Fehr kunne valt å droppe notisen «*Har oddsen mot seg*» og på den måten auke håpet til deltakarane om at dei vil klare å slanke seg. Det same i forhold til vinklinga av saken gjennom skulebegrepet der ho gjev meg inntrykk at deltakarane ikkje har lært det «*alle*» andre har lært, at ein må passe på kva ein et og halde seg fysisk aktive. Dei må faktisk på tilbake til «*skolebenken*» for å lære det! På den måten brukar journalisten sin «magiske makt» eller symbolsk makt for å vise styrkeforholdet sitt i forhold til deltakarane på «*slanke-skolen*» (Bourdieu 1996).

Eg skreiv at journalistar er ikkje nøytrale i det dei formidlar, men er påverka av kva habitus ein dreg med seg og sosiale element i samfunnet og kulturen rundt ein (Fairclough 2003). Avisartikkelen er forma av at VG har laga ei temaside «*vektklubb.no*» i 2005 om korleis «*Bli lett på nett*», som det står øvst på avissida. Denne artikkelen følgjer opp dette temaet, fordi det er eit auka fokus i samfunnet i forhold til at den norske befolkninga blir meir overvektige og at dette får konsekvensar for helsa for mange, og dermed eit samfunnsproblem ved bl.a. auka økonomiske utgifter for samfunnet. T.d. kjem det fram i avisartikkelen at deltakarane i dette prosjektet er «*sykemeldt 60 prosent for å delta på kurset*» og at den eine deltakarane mista førarkortet på tungtransport, som er yrket hans. Dette viser for meg at VG har valt å følgje opp denne problematikken i forhold til auka vekt blant befolkninga ved å bruke media for å hjelpe overvektige med å få kontroll på vekta. Denne artikkelen dreg òg med seg intertekstualiteten i forhold til leiarartikkelen «*Godt forslag*» frå 2003 som handla om «*grønn resept*». Dette var eit forslag som blei gjennomført om at legar og andre behandlarar kan skrive ut alternativ resept t.d. trening og kostholdsveileiing til mennesker med livsstilssjukdommar. Dette kjenner eg att i avisartikkelen «*Kilokrig på slankeskolen*» der deltakarane var «*sykelig fete*» og sleit med «*stoffskifte, sukkersyke og høyt blodtrykk*». Det kan vera at desse 14 deltakarane har fått grøn resept som går ut på at dei skal delta i dette behandlingopplegget, som går ut på trening og kostholdsveileiing på «*slankeskolen*». Det kjem det ikkje fram i denne teksten, men eg kan sjå koblinga til grøn resept.

5.5 «Trening. Alder ingen hindring»

Artikkelen er henta frå søndagsmagasinet (VG 7 på søndag) til VG 23. november 2008 og er ei featurreportasje under temaet «Tren med VG». Journalisten bak artikkelen er Johan Kaggestad og fotograf er Janne Møller-Hansen. Johan Kaggestad blir framheva som VG7-ekspert i VG7-magasinet. Ordet ekspert blir vil eg meine bruka på bakgrunn av Kaggestad faglege trenarbakgrunn på landslagsnivå.

Tren med VG

UTVOLDENDE: Grete Brunsvoll (78) er den eldste profesjonelle danseren som daglig trener klassisk dans i Oslo.

AKTIV: Grete Brunsvoll (78) fra Stabekk har aldri vært fysisk slapp. Hun danser frem gangvis i salen. Når hun ikke kan gå til andre daglige aktiviteter trener hun på sving og pusterer i gymmet.

flergrenet julestjerne
garantert 3 blomster
40,- for 60,-
Tilbudet gjelder ut uke 48 eller så langt beholdningen rekker
Mester Grønn
bestill blomster på mestergroenn.no

Artikkel 5-5: "Alder ingen hindring" frå VG 23.11.2008

Artikkelen dekkjer ei og ei halv side i magasinet og har overskrifta «*Trening. Alder ingen hindring*». Ingressen fortel meg at artikkelen handlar om Grete Brunsvoll på 78 år, som har trent heile livet. Dette blir framheva av Johan Kaggestad; «*Trening blir man aldri for gammel for. [...] Men det er ikke ett fett hvordan du gjør det.*» Då forstår eg som lesar at denne avisartikkelen handlar om å trene når ein blir eldre og dette blir styrka av eit bilete av ei eldre dame som dansar.

Brødteksten fortel om 78 år gamle Brunsvoll som var profesjonell dansar ved blant anna ved Den norske Opera og; «*ble hun pensjonist i 40-årsalderen. Men hun sluttet ikke å danse av den grunn. Fem dager i uken, halvannen time hver gang, trener hun klassisk dans.*» Dette

forklarar Brunsvoll med at alder er ingen hindring for å bruke kroppen og forklarar det med; «-*Dette med alder tror jeg er en stor overtro. Jeg har riktignok vært heldig å ha god helse*». Helsebegrepet blir i brødteksten forklart i framheva tekst av Kaggestad, der han viser til verdens helseorganisasjon uttalesar om helse; «*fullkommen legemlig, psykisk og sosialt velvære*». Men synast den er «*utopisk*» og viser til Peter F. Hjorts definisjon på helse i staden; «*helse er å ha overskudd til å glede seg over livet. Ofte betyr det å mestre livet til tross for. Det er forskjell på å leve og overleve*».

Brødteksten held fram med å vise til at fysisk aktivitet er viktig for helsa og for alderdommen, og Kaggestad byggjer opp rundt dette ved å vise til Cicero og kva han skreiv om korleis få ein god alderdom; «*aktivitet både legemlig og åndelig*». Som døme på dette viser Kaggestad til filosofen og fjellklatraren Arne Næss korleis han haldt seg i form med klatring då han var over 90 år. I den midtre delen av brødteksten fortel Kaggestad korleis «*mosjon*» kan; «*forebygge og motvirke mye av det som gjør alderdommen til en byrde*», men at «*aldringsprosessen følger sine naturgitte lover*». Dette kjem fram i brødteksten ved å vise til at «*maksimalt muskelarbeid og utholdenhet*» synk med åra, men at trening «*forsinker selvfølgelig den negative utviklingen*». Kaggestad viser til; «*man blir aldri for gammel til å trene, heller ikke eldre med helseplager*» og at dette vil; «*virke positivt på et allerede belastet helse- og sosialbudsjett*».

I den siste delen av brødteksten vinklar Kaggestad mot dei positive virkningane med fysisk aktivitet i forhold til førebygging av sjukdommar og korleis eldre bør trene; «*ikke trene med høy intensitet*», «*ledd, sener, bånd og skjelett [...] lengre tid for å tåle påkjenningene*», «*å trene tre ganger pr. uke*» og «*gode helsevaner*». Kaggestad avrundar brødteksten ved å vise til Larry Lewis på 106 år som; «*helt til det siste jogget*» og til dansaren Brunsvoll som trenar sjølv om ho ikkje alltid «*føler seg i toppform*».

Vinklinga av denne avisartikkelen er både sett gjennom personleg vinkling ved å vise til dansaren Grete Brunsvoll på 78 år, Arne Næss som klatra då han var over 90 år, joggaren Larry Lewis på 106 år og vinkle det gjennom den fagleg kunnskapen til forfattaren av teksten, som kjem til syne i teksten ved å skrive om kvifor det er bra å trene og korleis ein bør trene når ein er eldre. Johan Kaggestad er som tidlegare nemnt ein kjend idrettstrener på landslagsnivå med stor fagleg kunnskap og ekspertkommentator under Tour de France for TV2.

Måten vinklinga er gjort på kjenneteikner den tabloide journalistikken med å mikse kunnskapsstoff med underhaldning ved å vera individorientert. I tillegg drar Kaggestad fram Verdens helseorganisasjons uttalse om helse som ein raritet; «*Det må jo være tilnærmet utopisk*». Dette er òg typiske kjenneteikn med tabloidisering, saman med at det er lite debattstoff å finne i denne avisartikkelen, som òg er eit tabloidiseringskjenneteikn (Bakke 1999).

Layouten av avisartikkelen fortel om stor fokus på fargekontrastar ved å mikse svarte og kvite bokstavar mot kvit og svart bakgrunn. Ofte blir kvite bokstavar mot svart bakgrunn bruka i forbindelse med dramatiske nyheter. I denne overskrifta blir «*Trening. Alder ingen*» skrive på denne måten, mens «*hindring*» er skrive med svart bokstavar mot kvit bakgrunn. Dette synast eg bærer preg av at eit ynskje om å dramatisere denne avisartikkelen, som òg kjenneteiknar tabloid journalistikk. Det er to bileter med til denne avisartikkelen. Det store biletes dennotasjon viser Grete Brunsvoll i ballettposisjon med ei hand på ei ballettstang i det eg vil påstå er klassisk ballettkleder: tynne tights, body og ballettsko. Bak Brunsvoll ser eg to yngre damer, som òg er i ballettposisjon. Brunsvoll har ein rak og elegant kroppshaldning. Det lille biletes dennotasjon er av ei yngre dame i det eg vil tru er frå ein ballettoppvisning. Biletteksten fortel ikkje at dette bilete er av Brunsvoll, men teksten viser til Brunsvoll frå Stabekk; «*har alltid vært fysisk aktiv.*» Det kan vera at bilete er av ho, men det kjem det ikkje noko fram av biletteksten. Konnotasjonen av bileta viser for meg ei eldre slank dame, som utstrålar eleganse og trygghet i det ho utfører. Spesielt i den måten ho holder handa ut frå kroppen og med blikket fokusera bestemt framover. Bilete fortel meg om ei dame som kan det ho viser på bilete.

Stereotypi i avisartikkelen kjem fram i teksten der Kaggestad viser til eit intervju av Arne Næss, der ein journalist spør Arne Næss då han blei 70 år; «*hvorfor han som var så gammel fortsatt drev med klatring*». Dette kan forstås som at denne journalisten meiner å framstille eldre mennesker som individ som ikkje kan vera i fysisk aktivitet fordi dei blir eldre. Dette kan forståast som ein forenkla framstilling av eldre og fysisk aktivitet (von der Lippe 2010). Dette kjem òg fram i i eit tidlegare avsnitt der Brunsvoll viser til alder; «*Hun har aldri kjøpt forestillingen om at kroppen blir for gammel til å brukes*», men viser til at det eksisterar stereotypier i forhold til fysisk aktivitet og eldre; «*det er farlig å komme inn i en tralt hvor mang tror det man hører om at da og da er du for gammel til sånn og sånn*». Desse uttalsane som kjem i forbindelse med Arne Næss og hans klatring, og Brunsvoll erfaringar kan sjåas i samanheng og byggjer opp rundt ein tanke om at eldre ikkje kan vera så fysisk aktive som når

dei var yngre. Samtidig så er det å forstå at det å drive med klatring i ein alder av 70 år kanskje ikkje det mest vanlege ein 70-åring driv med! Likevel vil eg tolke Arne Næss tanke med denne uttalelsen at det å bli eldre ikkje må hindre eldre frå å vera i fysisk aktivitet. Desse forenkla framstillingane ved bruk av stereotypi som kjem fram i avisartikkelen rettar Kaggestad opp lengre ut artikkelen ved å skrive; «*Man blir aldri for gammel til å trene, heller ikkje eldre med helseplager.*» Måten Kaggestad brukar sin faglege kunnskap rundt trening ved å rette opp og vise til kva fysisk aktivitet kan gjera for eldre, er med å skape troverdighet rundt avisartikkelens innhald.

Diskursorden livsstil kjem tydeleg til syne i teksten ved at det som eg har satt som forklaring på livsstil i innleiinga blir synleggjort i teksten ved at Kaggestad forklarar kva som bidreg til ein god livsstil. Dette går på at diskursane trening og helse er dei bærande diskursane i denne avisartikkelen. Blant anna som eg har vist til tidlegare kor Kaggestad viser til definisjonen på helse frå Peter F. Hjort og skriv at; «*mosjon ikke er alt i livet*», men at det; «*det styrker helsen og hindrer sykdom*». Dette blir styrka ved at Kaggestad viser til Ciceros «*oppskrift*» på god alderdom; «*aktivitet både legemlig og åndelig.*» Kaggestad held fram gjennom heile avisartikkelen ved å vise til at «*mosjon er kanskje det viktigste virkemiddelet*» for å få god helse og motverke aldringsprosessen. Dette styrkar diskursane trening og helse, som dei mest framtrudande diskursane i denne avisartikkelen. Måten helsediskursen og treningsdiskursen blir bruka i denne brødteksten representerer aspekt av den sosiale kontekst i dette samfunnet på ein korrekt måte. Det blir bygd opp rundt at det er ein verdsatt idrettstrenar med posisjon som har skreve denne avisartikkelen (Fairclough 2003). Meg som aktør opplever denne måten å bruke helse- og treningsdiskursen på som riktig og troverdig i denne konteksten.

Johan Kaggestad er ein del av både det journalistiske feltet og trenar/idrettsfeltet med sine normer for desse felta. Kaggestad tilhøyrrer først og fremst idrettsfeltet som tidlegare verdsatt trenar for bl.a. landslaget for friidrett og skøyter. Dei siste åra har han blitt spesielt kjent for å vera ekspertkommentator under Tour de France og i dette tilfelle som ein del av eit fagpanel for temasideane til VG «*Tren med VG*» som har gjort han til den del av det journalistiske feltet òg. Dette fortel meg at Kaggestad dreg med seg ein habitus som styrkar innhaldet i denne avisartikkelen. Det er som eg har skrivd tidlegare er at når habitus kjenner att den sosiale verda og går inn i ein relasjon med denne verda, så har; «*habitus det som fisken i vatnet*» (Bourdieu 1993, s. 113).

Det som kjem fram i avisartikkelen at det følgjer nokre stereotypier med å bli eldre og det å vera i fysisk aktivitet. Slik som det kjem i fram i avisartikkelen om balettdansaren Brunvoll

og klatraren Arne Næss som får spørsmål rundt det at dei har blitt eldre og framleis mosjonerar. Dette trur eg byggjer opp rundt mange menneskers habitus om at når ein blir eldre, så må ein ta det meir med ro. Dette prøvar Kaggestad å motbevise ved å skrive denne avisartikkelen at alderen er ingen hindring for å trene, men gjev fordelar med å få betre helse og førebyggje alderdommen. På den måten prøvar Kaggestad å endre kva habitus mange mennesker dreg med seg, men som Bourdieu skriv at den kan endrast gjennom nye erfaringar, men at det tek tid (Prieur og Sestoft 2006).

Avisartikkelen er eit produkt av tida med fokus på trening og helse (Fairclough 2010). Den følgjer på mange måtar opp tidlegare avisartiklar eg har analysert i denne oppgåva. Avisartikkelen «*Godt forslag*» frå 2003 tek for seg dette med «grønn resept», som går ut på å skrive ut reseptar på t.d. treningsstudie. I denne avisartikkelen skriv Kaggestad om «*blå resept*» og at dette er; «*god økonomi for samfunnet å tilby gode forebyggende treningstiltak på blå resept*». Blå resept er retta mot dei som treng medisiner mot kronisk sykdom. I dette tilfellet tenkjer eg at Kaggestad dreg samanlikninga kronisk sjukdom og alderdom. Kronisk sjukdom er sjukdom som ein ikkje blir kvitt eller langvarig eller tilbakevendande sjukdom og alderdom er noko ein ikkje blir kvitt og då meiner Kaggestad at ein kan skrive ut blå resept på treningstiltak og på den måten redusere helseplager og på den måten spare økonomien i samfunnet. «*Godt forslag*» frå 2003 tek òg for seg kva dårleg helse blant befolkninga kan føre til gjennom større utgifter for staten. Det same skriv Kaggestad; «*For nasjonen er det opplagt at folk i god form [...] vil virke positivt på allerede belastet helse- og sosialbudsjett*».

Årsaken til at Kaggestad har ei verdsetting innan det journalistiske feltet og idrettsfeltet er kva kapitalformar han innehar og kva posisjon han har i desse kapitalformane. Eg kan knytte Kaggestad til kulturell kapital ved at han har ein offentleg verdsatt rolle som tidlegare landslagstrener og dette rettar seg mot den institusjonaliserte tilstanden i den kulturelle kapital i det offentlege samfunnet ut frå denne konteksten. Dette går ut på at Kaggestad har gått i gjennom ein sosialiseringsprosess der han har utvikla seg til å bli ein verdsatt trener på landslagsnivå (Bourdieu 2006). Denne posisjonen har han utvikla i dette feltet er med på å gje han symbolsk kapital ved at han er verdsatt i idrettsfeltet ved at innehar ein posisjon innafør det kulturelle kapitalbegrepet.

Johan Kaggestad tilhøyre òg sosial kapital gjennom å tilhøyre ei gruppe aktørar som blir verdsatt i eit felles nettverk gjennom institusjonaliserte relasjonar. Dette går på å vera trener på landslagsnivå og dermed tilhøyre ei gruppe aktørar med eit felles nettverk. D.v.s. å vera ein del av toppidrettsnivået i Noreg ved å vera trener og få eit symbolsk utbyte av å vera

landslagstrener. Sosial kapital har bare ein praktisk betydning enten ved å oppnå materiell utbytte eller symbolsk utbytte (Bourdieu 2006). I dette tilfelle er det snakk om symbolsk utbytte. For å oppnå symbolsk utbytte så krev det arbeid, tid og tilhøyre eit nettverk enten gjennom økonomisk kapital, sosial kapital eller kulturell kapital (Prieur og Sestoft 2006). I dette tilfelle er det snakk om å tilhøyre kulturell kapital og sosial kapital, og ha ein høg posisjon i denne kapitalformen. Den høge posisjonen som eg påstår Kaggestad har, er med på å gje han symbolsk kapital ved at han blir verdsatt som tidelegare landslagstrener og det han skriv i denne avisartikkelen har ein verdi gjennom hans tidelegare rolle. I tillegg så gjev dette ein sosial anseelse ved at det er ein etterspurt rolle å vera landslagstrener i idrettsfeltet, fordi det er ikkje mange som utdannar seg som trener, som blir landslagstrener (ibid.)

Det at Kaggestad har symbolsk kapital er med på å gje han makt i idrettsfeltet og delar av det journalistiske feltet som tek for seg temaer som trening og helse. Kaggestad kan gjennom det han seier og skriv i media få andre til tru på det han legg fram i desse felta. Bourdieu beskriv det som ei «magisk makt» og «usynleg makt» ved at den som utøvar den, i dette tilfelle Kaggestad ikkje er klar over å inneha denne type makt (Bourdieu 1996). Dette er som eg tidlegare skreiv knytta til posisjonen til Kaggestad og kva status han har, og kva relasjonar det er knytta mellom dei ulike posisjonane (Slaatta 2003). Det kan hende han er klar over det, men det kjem ikkje fram i teksten.

Det blir dratt fram to personar i avisartikkelen som begge innehar kulturell kapital og sosial kapital og det er balettdansaren Brunvoll og filosofen og klatraren Arne Næss. Den eine har ein høgare posisjon enn den andre i desse to kapitalformane og det er Arne Næss. Fordi hans større verdsetting i det offentlege rom gjennom sin faglege posisjon i forskingsfeltet. Når journalisten Kaggestad vel å intervju Brunvoll og vise til Næss som ein eldre klatrar, så tek han i bruk språkets makt for å skape verdsetting rundt temaet at alder er ingen hindring for trening. Dette gjer han ved å bruke to personar som begge har symbolsk makt i sine ulike felt. Brunvoll innan det kunstneriske feltet gjennom ballett og Næss gjennom forskingsfeltet og klatrarfeltet. På den måten aukar truverdigheten rundt teksten ved at Kaggestad dreg fram to personar med verdsetting i sine felt og er to gode dømer på at trening når ein blir eldre er ein god ting for å ha god helse og førebygging av alderdommen.

5.6 «Typisk birkebeiner»

Artikkelen er henta frå fredagsmagasinet til VG fredag 19. februar 2010. Det er ein lang artikkel som dekkjer seks heile sider. Alle sidene er ramma inn med ei gulbrun ramme, slik at det er lett å forstå kven sider som høyrer saman. Denne artikkelen er skreve av journalisten Beate Amundsen og bileta er tatt av Line Møller.



Artikkel 5-6: "Typisk birkebeiner" frå VG 19.02.2010 (side 1-2)

Overskrifta er kort og tydeleg med svarte bokstavar mot snøkvit bakgrunn og dekkjer ein tredjedel av ei heilside; «*Typisk birkebeiner*». Vinklinga av saka kjem tydeleg fram på første sida der det står ein større tekst på bileta på første sida i tillegg til overskrifta: «*De er rike, de er direktører og fyller lunsjen med snakk om Birken. I år ble rennet fulltegnet tre måneder tidlegere enn vanlig. Birkenmeritter definerer den vellykkede mannen.*» I tillegg står det framheva på den nest siste sida: «*Er du direktør og konge på ski i tillegg, da har du høy posisjon blant gutta.*»

Brødteksten fortel om sjefsstrategen Peter Hermanrud som deltek på Birkebeinerrennet og korleis han trenar mot eit nytt Birkebeinerrenn. Det kjem fram dei typiske kjenneteikn på ein deltakar; «*Erkebirkebeinereren er over førti år, har høyere utdanning og er bosatt på Oslo vest*». Det kjem fram i brødteksten at Birken har blitt ein arena for; «*næringslivets vinnere*». Sosiolog Marianne Inez Lien, som forskar på menns helse og mannsidealet, og som er ein del av avisartikkelen frå 2006 «*Pondus ut – vaskebrett inn*», ser at; «*-Menn som kan vise til at de*

*toppidrettens asketiske*¹⁶ *idealer*». Brødteksten er full av patos gjennom bruk av metaforer og stereotypier. Journalisten spelar på det følelsesmessige for å skape oppmerksomhet hjå lesarane. I ingressen blir det greske ordet «*nemesis*¹⁷» tatt i bruk som metafor for å illustrere korleis det blir konkurrert i langrennsløypa mellom ulike sjefar. Stereotypiene kjem fram i forhold til framstillinga av den «typiske» birkebeineren og den maskuline mannen; . «*Menn som kan vise at de er mann nok til Birken signaliserer at de mestrer både et hektisk og konkurranseorientert arbeidstempo og lykkes med ekstrem trening.*» Dette blir følgt opp med setninga; «*For ledere bør være veltrente*». Måten journalisten framstiller menn og ledarar på viser ein forenkla framstilling av ei gruppe mennesker som er typisk kjenneteikn for stereoetypi (von der Lippe 2010). Dette blir forsterka seinare i brødteksten då sosiologen Lien tek eit historisk tilbakeblikk på korleis leiarar skulle sjå ut. Før var det ein kraftig kropp eit signal på velstand, mens no blir overvektige «*mistenkt for at de ikke har kontroll*». Så viss ein leiar er overvektig i dagens samfunn, så har han ikkje kontroll over arbeidet sitt!

Når journalisten ut i brødteksten spør ein av mennene om kvifor Birken har blitt så viktig for mange menn. Så svarar han: «*Menn liker å konkurrere*». Dette er enno eit døme på bruk av stereotypi i denne avisartikkelen kor det kort og konsist blir skreve at alle menn likar å konkurrere. Dette blir på ein måte satt saman i uttalesen frå butikksjef Bentzen, som tek i bruk metaforer og stereotypi for å forklare den absolutte birkebeiner; «*Er du direktør og konge på ski i tillegg, da har du høy posisjon blant gutta*». Journalisten gjev meg eit inntrykk av at målet med denne avisartikkelen er både å vise kven den typiske birkebeiner er og framstille desse på ein måte som både kan virke provoserande for nokon og for andre ein fastslåing at det er eit skille blant befolkninga. Dette byggjer opp rundt kva tabloide artiklar representerar ved forenkla framstilling av ei gruppe mennesker, bruk av metaforer, individorientert, underhaldande framstilling og ein narsisstisk tendens. I dette tilfelle gjev den ‘typiske’ birkebeiner inntrykk at det å gå birken er min leikeplass og kva som skjer i samfunnet elles er ikkje mitt problem (Bakke 1999).

¹⁶ Asketisk – strengt avholdenhet, forsakende og selvtukt (Berulfsen og Gundersen: 1989)

¹⁷ Nemesis - den guddommelege strenghet overfor mennesker som forsøker å handle utover menneskelege mål, i gresk mytologi. Nettside: <http://snl.no/Nemesis> (lest 15.03.13)

Av dei to diskursane som eg har valt å søkje på er det først og fremst trening som er mest framtrudande i avisartikkelen. Det er i liten grad fokus på diskursane helse, men desto meir på mann og maskulinitet. Det kjem fram allereie på første sida i framheva tekst om «*den vellykkede mannen*» og dette bare held fram gjennom heile artikkelen ulike ord og uttrykk som kan knyttas til maskulinitet; «*manndomsprøven*», «*idealer for maskulinitet*», «*maskuline arbeidsmiljø*», «*mann nok for Birken*», «*menn liker å konkurrere*», «*topptrente menn*» og «*høy posisjon blant gutta*».

Intertekstualiteten kjem tydleg fram ved bruken av begrepet maskulinitet som byggjer opp rundt den tradisjonelle synet på maskulinitet (von der Lippe 2010). Det som er eit paradoks i denne samanheng er at det i stor grad har vore mannlege journalistar som har framstilt mannen som den maskuline, men her er det ein kvinneleg journalist som skriv om «*idealet for maskulinitet*». Dette får meg til å lure på om Beate Amundsen som har skriva denne artikkelen har skriva den med ein anelse ironi og eit ynskje om å bryte nokre normer i forhold til korleis mannen ynskjer å bli framstilt i media ved å bruke metaforer og stereotypier i måten å framstille den ‘typiske birkebeiner’ på. Denne artikkelen dreg intertekstualitet i forhold til avisartikkelen som tidlegare har blitt analysert; «*Pondus ut – vaskebrett inn*» frå 2006. Det kjem fram fleire like synspunkt i forhold til korleis mannen blir framstilt ved at ein veltrent og slank mannekropp signaliserer kontroll og status. I artikkelen i frå 2006 er det òg ein kvinneleg journalist og sosiologen Lien er bruka som fagperson i begge artiklane.

I forhold til diskursorden livsstil, så kan eg dra inn fleire sider enn trening og helse frå denne artikkelen som byggjer opp om rundt forklaringa på livsstil. Det går ut på ulike val desse ‘birkebeinarane’ tek. Blant anna i forhold val av fritidsaktivitet og arbeid. Det kjem fram i brøtteksten i forhold til livsstil; «*Hvilken livsstil man velger å leve ut er i stor grad koblet til makt, økonomi og evnen til å strukturere livet sitt*». Dette kan knyttas til begrepet val i forhold til definisjonen eg har satt på livsstil. Det som er forskjellen er at det i større grad er lagt vekt på økonomi og makt i forhold til å bidra til god livsstil.

Det er stort fokus på økonomi, konkurranse og kropp, og vi kan snakke om fleire ulike felt i det journalistiske feltet. Både det økonomiske feltet og idrettsfeltet er dominerande i denne framstillinga av den ‘typiske birkebeiner’. Ein kan tydleg sjå korleis denne artikkelen er fordelt mellom autonom pol og heteronom pol. Den autonome polen kjem fram i artikkelen ved å vise til dei harde tal fakta i notisen om birkens demografi frå Markedsføringshuset. I tillegg så er det to fagfolk; sosiolog Marianne Inez Lien og forskar Erling Dokk Holm, som kan leggje fram fagkunnskap om kvifor det har blitt så viktig for enkelte menn å gjennomføre

Birken. Den heteronome sida kjem til syne gjennom journalistens vinkling av saken ved å lage ein historie ut av denne saken ved å skrive om 'mannen som jagar etter status' ved å delta i Birken og dette blir bygd opp rundt journalistens fokus på dei eksterne kreftene som ligg i det økonomiske feltet og idrettfeltet. Ved å dra fram den store andel av deltakarane som deltek i Birken med sjefsjobbar, høg inntekt og høg utdanning. Dette blir illustret ved å leggje fram finn.no annonse om at «*Startnummer i Birkebeinerrennet ønskes kjøpt! Pris ikkje oppgitt. Trygg betaling*». Dette gjev meg inntrykk i denne konteksten at denne deltakarane vil kjøpe uansett pris, fordi han tilhører mest sannsynleg ei kjøpesterk gruppe. Dette med fokuset på at dei er kjøpesterk gruppe som deltek i Birken blir ytterlegare nørt opp når ein ser på den siste notisen i svart på siste sida som er henta frå Milsluker'n sport. Den fortel kva Birkebeineren må ha av utstyr og kva startnummeret kostar for å gå Birken. Det fortel at ein må ha ein forholdsvis god økonomi og dermed høg grad av økonomisk kapital for å gå kunne delta etter desse kriteriane.

Målgruppa for denne artikkelen gjer seg synleg gjennom å sjå på dei autonome og heteronome polane, og kva felt den rettar seg mot. Målet for VG er å lage artiklar som fangar eit publikum for å selgje flest mogleg aviser og i dette tilfelle er dei som i stor grad er interessert i å drive med idrett, og først og fremst dei som går Birkebeinerrennet. Journalisten tek i bruken ord som «*nemesis*» og «*asketisk*», som ikkje er nokre lett forstålege ord, men ho har kanskje eit ynskje om å treffe ei målgruppe som brukar slike ord i større grad bl.a. dei med høgare utdanning. Dette byggjer opp rundt presset på autonomiteteten innan media i dag og kampen om større avkastning og inntening (Slaatta 2003).

Det som kjem fram i denne artikkelen er at ein kan tenkje desse mennene som blir framstilt i teksten inn i eit sosialt hierarki etter kva plassering dei har innafor kapitalbegrepet (Priour og Sestoft 2006). Ut frå det eg les så er det nokre av kapitalformane til Bourdieu som er meir framtreande enn andre. Artikkelen framstiller menn med høg inntekt og dermed med høg grad av økonomisk kapital. Dette kjem fram i brødteksten ved å vise til undersøkingar på kva birkebeinerdeltakarane har i inntekt.

Det at økonomisk kapital er i så stor grad synleg i forhold til vinklinga av denne saken i forhold til personane som er framstilt, er med på dra andre kapitalformer fram òg. Den kulturelle kapitalformen kjem til syne i denne artikkelen gjennom det å vise til ei gruppe mennesker som er sjefar i ulike kjente firmaer og kor dei bur; «*analysesjefen i Carnegie*», «*Sjefsstrategen i meglerhuset First Securities*», «*aksjestrateg*», «*bosatt på Oslo vest*» og «*en av landets beste finansanalytikere*». Den viser til ein objektivisering av

birkebeinerdeltakarane. Om det er ein medfødd arva sjefstittel eller om dei har arva eit hus på Oslo vest, som kan sei om det er ein kroppsleggjort kapital seier brødteksten ingenting om. Det som kjem fram i artikkelen er at artikkelen omhandlar ei gruppe mennesker med eit nettverk med felles relasjonar med ein varig karakter, som gjer at artikkelen kan knytte seg til sosial kapital (Bourdieu 2006). Det som kjem fram i artikkelen når journalisten ynskjer å undersøkje den typiske birkebeiner er at han er over 40 år, veltrent, god inntekt og leiarjobb. Viss ein tilhøyrer denne gruppa, så har dei lik grad av sosial kapital og at dei dreg med seg mykje felles gjennom deira habitus.

Det som eg vil påstå kjem tydelegas fram når vi ser på kva kapitalformar som ein kan dra ut av brødteksten er at over alle desse kapitalformane eg har nemnt er det ein kapitalform som heng høgast og blir mest verdsatt. Dette er symbolsk kapital. Symbolsk kapital kjem tydleg fram i denne artikkelen; «*Birken er blitt en ny arena der næringslivets vinnere kan hevde seg*», «*knyttet status til å gå Birken*», «*trent kropp gir status*», «*stort pluss å ha drevet med konkurranseidrett*» og «*er du direktør og konge på ski i tillegg, da har du høy posisjon blant gutta*». Alle desse sitatene viser til ynskje om verdsetting i eit bestemt miljø og som i denne artikkelen blir spesielt dratt fram – bank og finanssektoren. I andre miljø, så har dette liten grad av symbolsk kapital, fordi dei ikkje kjenner til eller høyrer ikkje til dette bestemte miljøet og dreg ikkje med seg den same habitus som desse som blir omtala i denne artikkelen. Men i bank og finanssektoren gjev det ut frå denne artikkelen stor symbolsk kapital viss du er mann og har høg grad av økonomisk-, kulturell- og sosial kapital. Kva habitus deltakarane har dratt med seg gjennom livet er ikkje utan betydning i forhold til kva eigenskapar ein leiar bør ha. Det verkar som ut frå denne artikkelen at det eksisterar ein felles etterspurnad etter birkendeltakarar når det skal ansettas nye medarbeidarar, fordi dei vil tydlegvis heller ha dei «*enn de som bare har hengt over bøkene*» og dette antyder ein inkorporert habitus i bank- og finansmiljøet (Prieur og Sestoft 2006).

Denne artikkelen konstruerar på mange måter den tida den er skreve i. 2010 er eit år der det norske økonomien og velstanden skyter fart etter noko laber vekst etter at det oppstod finanskrisa i Europa og verda i 2007/2008. For å forstå mediatekstar seier Fairclough at ein må setja det inn i ein større kontekst ved å sjå på dei samfunnsmessige forholda for å kunne forklare kvifor mediateksten er forma slik den er (Fairclough 2010). Avisartikkelen tek for seg ei gruppe mennesker, som gjennom sin jobb og god inntekt jagar etter fleire ting som kan gje dei større symbolsk kapital ved å auke graden av økonomisk-, kulturell- og sosial kapital. Eller ved å bruke eit anna ord enn kapital – eit ynskje om å oppnå meir makt. Desto større

grad av symbolsk makt innafor fleire kapitalformer, desto større sannsynlegheit er det for at denne personen eller gruppa vil få gjennomslag for sine ynskjer (Bourdieu 1996). I denne artikkelen ser vi at deltakarane har eit ynskje om å bestå ei «*manndomsprøve*» og «*vise at du er mann nok for Birken*». Klarar du å gå Birken og tilhøyrrer bank- og finanssektoren då oppnår du makt i dette bestemte miljøet. Fordi brødteksten signaliserar dette gjennom; «- *Menn som kan vise at de er mann nok til Birken signaliserer at de mestrer både et hektisk og konkurranseorientert arbeidsmiljø og lykkes med ekstrem trening*» og « *God helse og en veltrent kropp gir status. Hvilken livsstil man velger å leve ut er i stor grad koblet til makt, økonomi og evne til å strukturere livet sitt.*» Det siste sitatet er frå sosiologen Lien og viser på mange måtar kva som gjev status og verdsetting i 2010 og i dag. Dette sitatet kan tolkas at for å vera ein dyktig leiar, så er det ikkje nok å vera god i jobben og ha god inntekt, men du skal ha ein veltrent kropp og delta på harde skirenn, som krev mykje trening. I tillegg til å ha tid til familien og ein fest; «*Mannen har kone og to barn*» og «*Lørdag gikk Hermanrud Marcialonga, et 70 kilometer langt skirenn i Italia, og festet til klokken seks om morgenen.*»

Det verkar som det er utruleg kor mykje desse «*erkebirkebeinerene*» klarar å stå på for å ynskje om å oppnå status og makt! Det som eg kan konkludere med etter å lest denne artikkelen er at det er ikkje diskursen helse som er dominerande, men diskursane trening saman med økonomi og maskulinitet i ei god blanding for å kunne oppnå status i eit bestemt miljø, nemleg finans- og banksektoren.

5.7 «-Trening ikke viktig»

Denne avisartikkelen er frå fredag 28.oktober 2011 og er ein nyhetsartikkel. Artikkelen er eit av hovudopplaga på framsida av VG denne dagen. Journalistane bak artikkelen er Frank Haugsbø og May Linn Gjerding, og fotografane er Thor Nielsen og Espen Braata. Hovudoverskrifta er kort og godt; «*-Trening ikke viktig*» og er ein del av «*lavkarbo-debatten*» som pågår i 2011. Lavkarbodebatten går ut på at mange meiner at den beste måten for å få redusert vekt er ved å endre kostholdet ved å ete ingen eller lite karbohydrater.

Hovudoverskrifta blir følgt opp med ei mindre overskrift; «*Forskning viser at trening ikke er effektivt for å bli tynnere*». Dette blir følgt opp i ingressen; «*Trening er ikke nødvendig for å gå ned i vekt, mener lavkarbodronning Sofie Hexeberg*». Overskriftene og ingressen fortel tydeleg at dette dreiar seg om trening og det å gå ned i vekt.

LAVKARBO-DEBATTEN

TRENING IKKE VIKTIG

Forskning viser at trening ikke er effektivt for å bli tynnere

AV FRANK HAUKSSØ og MAY-LINN GUERONG
BERGEN/OSLO (VG) Trening er ikke nødvendig for å gå ned i vekt, mener lavkarbo-dommer Sofie Hexeberg.

De fleste ønsker seg å trene seg tynnere. Overvekt er en av de største helseproblemer i Norge, og det er mange som prøver å bli tynnere, sier Hexeberg. Kjønn og livsstil har stor betydning for om du blir tynnere eller ikke. Det er viktig å vite hva som fungerer for deg, og å gjøre det. Det er viktig å vite hva som fungerer for deg, og å gjøre det.



Hexeberg får derfor støtte fra mange av de som har prøvd å bli tynnere. Hun mener at det er viktig å vite hva som fungerer for deg, og å gjøre det. Det er viktig å vite hva som fungerer for deg, og å gjøre det.

Suren krasst
De nye studiene viser at trening er mindre viktig for å gå ned i vekt. Men etter hvert som forskningen utvikler seg, vil vi se at trening er viktig for å opprettholde vektetapet over tid. Dette betyr at trening er viktig for å opprettholde vektetapet over tid.

KOSTHOLD VIKTIGEST
Sofie Hexeberg mener at kosthold er viktig for å gå ned i vekt. Men etter hvert som forskningen utvikler seg, vil vi se at kosthold er viktig for å opprettholde vektetapet over tid.

Advokar Riko
Hexeberg sier at hun ikke vil vidne om at trening er viktig for å gå ned i vekt. Hun mener at det er viktig å vite hva som fungerer for deg, og å gjøre det.

– TRENING ER IKKE NOK
De nye studiene viser at trening er mindre viktig for å gå ned i vekt. Men etter hvert som forskningen utvikler seg, vil vi se at trening er viktig for å opprettholde vektetapet over tid.

– FYSISK AKTIVITET VIKTIG
Hexeberg er en aktiv kvinne som elsker å trene. Hun mener at det er viktig å vite hva som fungerer for deg, og å gjøre det.

– FÅR EGEN HELSEEFFEKT
Hexeberg mener at trening har mange positive effekter for helsen. Hun mener at det er viktig å vite hva som fungerer for deg, og å gjøre det.

– TRENING ER NØKKELEN
Hexeberg mener at trening er nøkkelen til å bli tynnere. Hun mener at det er viktig å vite hva som fungerer for deg, og å gjøre det.



PÅ GRENSE
Mange mennesker er på grensen for å bli tynnere. Det er viktig å vite hva som fungerer for deg, og å gjøre det.

BYTTET MOT 25 FANGER
Egget utgjør i går den største fangeren i den nye fangstmetoden. Det er viktig å vite hva som fungerer for deg, og å gjøre det.

TRUET MED MÅCHETER
De nye studiene viser at trening er mindre viktig for å gå ned i vekt. Men etter hvert som forskningen utvikler seg, vil vi se at trening er viktig for å opprettholde vektetapet over tid.

VÆRET SENKET MANGE FEDBÅTER
Det er mange som har prøvd å bli tynnere. Det er viktig å vite hva som fungerer for deg, og å gjøre det.

560 KG HASJ
Hexeberg mener at kosthold er viktig for å gå ned i vekt. Hun mener at det er viktig å vite hva som fungerer for deg, og å gjøre det.

VIL HA BELTE I BUSSENE
Hexeberg mener at kosthold er viktig for å gå ned i vekt. Hun mener at det er viktig å vite hva som fungerer for deg, og å gjøre det.

Artikkel 5-9: "Trening ikke viktig" frå VG 28.10.2011

Brødteksten starter med: «-Du blir sulten av å trene og spiser deretter» og blir deretter fulgt opp med at lege Sofie Hexeberg viser til forskning på området om at trening er lite effektivt for å bli tynnere; «Hun mener treningens betydning for vektreduksjon er sterkt overdrevet.» Samtidig kjem det fram i brødteksten at viss ein person klarer; «etablere treningsrutiner samtidig med kostforbedring [...] lettere for å opprettholde vektetapet over tid.» Likevel understrekar Hexeberg at trening er mindre viktig for å gå ned i vekt. Det som kjem fram i brødteksten som eit middel for å gå ned i vekt er; «du må bruke det hormonelle grepet, at du blir en fettforbrenner. For å få ned insulin, må du spise færre karbohydrater.» Hexeberg meiner at det er først og fremst dei som er «skikkelig overvektige», som bør «spise seg ned i vekt» og når dei har blitt «lettere» kan få «lyst til å gå tur». Likevel kjem det fram i teksten at Hexeberg ikkje vil «advare mot trening», men at «trening stort sett er bra uansett, bare man ikke skader seg». Dette blir understreka ved at ho viser til at bevegelse «virker positivt inn både på psyken og kroppen.» Brødteksten viser òg til legen Jøran Hjelmesæth, som «delvis støtter» Hexeberg påstandar, men støttar ikkje «at man blir sulten av å trene», men er «enig at i at kosthold er den viktigste faktoren når man skal gå betydelig ned i vekt». Hjelmesæth understrekar at «fysisk aktivitet [...] viktigste man kan gjøre for å holde vekten» og «mange andre positive effekter». Dei positive effektene som kjem fram avslutningsvis i brødteksten er; «sover bedre [...] spiser mindre, [...] bedre humør og fører til at man lever lenger.»

Avisartikkelen viser til fire mindre notisar i botn av avissida med overskrifta; « *Dette sier de proffe* ». Den første notisen er ein uttalelse frå forskar og professor Sidsel Graff-Iversen med overskrifta; « *Trening er ikke nok* » og må det meiner ho at « *bare trening er stort sett ikke nok hvis man skal gå ned i vekt* ». I den neste notisen med overskrifta; « *Fysisk aktivitet viktig* » uttalar professor i ernæring Christian A. Drevon at « *fysisk aktivitet er meget viktig for å holde en normal kroppsvekt.* » I den tredje notisen med overskrifta; « *Får egen helseeffekt* » med uttalelse av professor Truls Raastad om at « *man spiser mer når man trener, men får en bedre match mellom energiforbruk og energiinntak.* » I den fjerde notisen uttalar tv-kjendis Yngvar Andersen at « *Trening er nøkkelen til å klare å holde en grei vekt og et sprekt og friskt liv med mindre stress* » og at « *lavkarbodebatten i Norge har gått fullstendig av hengslene* ».

Layouten fokuserar på stor overskrift og stort bilete, som dekkjer 2/3 av to avissider. Dette er typisk kjenneteikn ved tabloid layout. Biletet dennotasjon viser ei normalvektig dame som løper på ei strand med treningskleder. Det er eit lite bilete av hovudpersonen i brødteksten lege og forfattar Sofie Hexeberg. Det store biletet konnotasjon viser for meg ei dame med eit anstreng ansikt med stor fokus på løpinga og ikkje på at det er moro å trene, mens det lille bilete av Hexeberg viser ei slank dame med eit sjølvikkert ansikt. Det er tatt i bruk fargekontrastane mørk og lys for å framheve dei fire notisane i botn av avissida, for på den måten prøve å understrekje alvoret bak innhaldet i notisane (Hillesund 1994). Overskrifta « *Trening ikke viktig* » synast eg ikkje heng saman med bilete av ei løpande dame og kva lavkarbodebatten dreiar seg om. Brødteksten tek for seg effekten og ikkje-effekten av trening, og stort fokus på kosthold som lavkarbodebatten dreiar seg om. Det kunne kanskje vore betre med eit bilete av lavkarbomat i forbindelse med denne avisartikkelen. Likevel er eg ikkje i tvil i forhold til kva denne avisartikkelen dreiar seg om ved å lese overskrifta og sjå på bilete.

Idelogien som kjem fram i denne avisartikkelen er at Hexeberg meiner at den beste måten å gå ned i vekt for « *sterkt overvektige* » er å ved « *hjelp av lavkarbokost* », og trening er « *sterkt overdrevet* ». Dette var eit stridande tema i 2011 i forhold til kva som er den beste metoden for å redusere vekta og blir framleis diskutera under denne skrivinga av masteroppgåve. Det kjem fram ein einighet i brødteksten i forhold til dei personane som uttalar seg er at det må fokuserast både på fysisk aktivitet og kosthold, men mengda og effekten av trening og innhald av mat er det som diskuterast.

Det at lavkarodebatten blir vinkla som ein nyhetsartikkel fortel om ei større interesse blant befolkninga på dette temaet. Det som skil seg ut etter mi meining er at det i stor grad har vore fokus på at ein må trene for å gå ned i vekt, mens i dette tilfelle får ein eit inntrykk at trening

ikkje er viktig; «*Forskning viser at trening ikke er effektivt for å bli tynnere*». Det inntrykket får eg som lesar før eg les resten av avisartikkelen, fordi då kjem det fram at Hexeberg meiner at «*trening stort sett er bra uansett, bare man ikke skader seg*» og på den måten dreg med seg doxa bak det å koma i betre form. Denne måten å vinkle denne debatten kjenneteiknar tabloide nyheter. Med korte og i augenfallande overskrifter, som fokuserar på form i staden for innhaldet i avisartikkelen og eit ynskje om å skape dramaturgi. Avisartikkelen blandar òg nyhetsstoff og kunnskapsstoff med underhaldning ved måten journalisten dreg fram lavkarbodebatten og flettar det inn med fagkunnskap både frå legar, ein forskar, to professoar og ein tv-kjendis med fokus på eit enkelt individs syn; Hexeberg (Bakke 1999).

Det er først og fremst treningsdiskursen som er framtrudande i denne avisartikkelen med fokus på ulike påstandar rundt effekten av trening. Helsediskursen er ikkje i like stor grad i fokus, men kjem fram i den eine notisen ved at «*får en egen helseeffekt av trening selv om man ikke skulle gå ned i vekt*». Dette kjem òg fram i det siste avsnittet i brødteksten der legen Hjelmæsæth viser til fleire positive sider ved å vera i fysisk aktivitet og som eg vil påstå høyrer til under helsediskursen; «*-Man søv bedre, noe som igjen fører til at man spiser mindre. Trening gir også bedre humør og fører til man lever lenger.*» Hexeberg fortel lite om helseeffekten i forhold til å gå ned i vekt. Fokuset hennars i denne artikkelen er retta mot at ho påstår at trening for veldig overvektige er lite effektivt, men ho seier ute i brødteksten og som kan knyttast mot helsediskursen; «*Det å bevege seg er naturlig for oss mennesker og virker positivt inn både på psyken og kroppen.*» På den måten rettar Hexeberg opp noko av inntrykket som kjem fram tidlegare i brødteksten om at fysisk aktivitet ikkje er viktig for å bli tynnare, men ho meiner likevel at det er viktig for helsa.

Diskursorden livsstil ligg som ein overordna diskurs over denne avisartikkelen ved at brødteksten fokuserar på dei sentrale punkta i forhold til korleis eg definerar livsstil: «*Livsstil er dei ulike val ein person tek i livet sitt som kan vera med på å avgjere om ein har god livsstil eller ikkje*». Brødteksten gjev ulike anbefalingar i forhold til korleis gå ned i vekt i forhold til kva ein bør ete og ikkje ete, skal ein trene eller ikkje trene. Det kjem ulike uttalarar frå ulike «*proffer*» i forhold til fysisk aktivitet og vekttap. I det store og heile er det opp til lesaren om dei skal tru på dette eller ikkje og viss det er snakk om nokon som les som ynskjer å gå ned i vekt, så er det eit val om å velje den eine metoden framfor den andre. Det vera å gå på lavkarbodiett eller ikkje, vera i fysisk aktivitet eller ikkje. Likevel er hovudfokuset i avisartikkelen at for å gå ned i vekt så må ein jobbe med «*treningsrutiner samtidig med kostforbedringer*» over lengre tid og på den måten behalde fokus på «*en sunn livsstil*».

Journalisten har tatt i bruk både etos, logos og patos som uttryksform for å skap truverdighet og interesse rundt temaet lavkarbo. Logos kjem til syne i artikkelen ved at journalisten har intervjuet fleire «*proffer*» rundt temaet vekttap og trening for å byggje opp truverdigheten i avisartikkelen. Bruken av etos er tatt i bruk av journalisten ved bl.a. bruke ei overskrift som tek vekk mykje av den allmenne påstaden om at trening er viktig, ved å bruke bl.a. overskrifta; «*-Trening ikke viktig*» og «*Forskning viser at trening ikke er effektivt for å bli tynnere*». På den måten prøvar journalisten å gjera inntrykk hjå lesarane ved å bryte noko som dei fleste har oppfatta som viktig; å trene. Bruken av patos i avisartikkelen er ikkje så framtrudane i brødteksten. Det kjem til syne i ei setning der Hexeberg viser til pasienter som trenar sju dagar i veka og «*ikke går ned et gram*». Dette kan setas i samanheng med meiner eg at dette er ein nyhetsartikkel og med fokus på saklegheit i framstillinga. Det er meir bruk av patos i notisane nedst på sida. Spesielt brukar tv-kjendis Yngvar Andersen patos for å få fram sine meiningar; «*-Katastrofalt. Trening er nøkkelen til å klare å holde en grei vekt og et sprekt og frikst liv med mindre stress*». Vidare uttalarar Andersen at Hexeberg har «*gått fullstendig av hengslene*» og han «*blir forskrekket når han hører om friske personer som er bekymret for å spise et eple*». Det kjem fram patos i notisen der professor Drevon avsluttar med å sei at «*i det lange løp er antagelig fysisk aktivitet særdeles viktig for vektbalansen*». Når det er eit tema som skaper mykje debatt, slik som i denne avisartikkelen om trening er viktig eller ikkje, så tek journalistane ofte i bruk patos for å spele på det følelsesmessige hjå lesarane og dei som blir intervjuet i ein sak. I dette tilfelle spesielt retta mot «*de proffe*», som har eit spesielt forhold til denne saken.

I denne avisartikkelen vil eg påstå at det er fleire ulike meiningar som kjem fram og på mange måtar kan tolkast som formar for stereotypier, men sett frå ulike ståstader. Hexeberg meiningar om at trening ikkje er så viktig er for meg ein form for stereotypi i forhold til kva bakgrunn og tradisjonar eg dreg med meg som får betydning for korleis eg tolkar dette (Lippmann 1997). I ingressen kjem det fram at; «*Trening er ikke nødvendig for å gå ned i vekt*». Måten journalistane framstiller synet til Hexeberg i starten av avisartikkelen er på ein forenkla måte og typisk for stereotypi (von der Lippe 2010). Ut i brødteksten så blir dette «*retta*» opp ved at Hexeberg meiner at fysisk aktivitet er viktig i forhold til «*psyken og kroppen*», men at for den «*sterkt overvektige*» har det liten effekt i forhold til vektreduksjon; «*treningens betydning for vektreduksjon er sterkt overdrevet*». Dette skaper debatt hjå «*de proffe*» som i stor grad er samstemte at fysisk aktivitet er viktig både for å slanke seg, halde vekta, god helseeffekt og friskt liv med mindre stress. Dette kan nok Hexeberg tolke som stereotypi ut i frå hennars erfaringar og syn i forhold til det å slanke seg, og dette kjem til

uttrykk i brødteksten; «*Overveldende mye forskning viser at trening ikke er effektivt for å bli tynnere, sier Hexeberg*».

På mange måtar så speglar denne lavkarbodebatten året 2011. Når eg søker på lavkarbo i Atekst¹⁸, så kjem dei første artiklane i 2003 som tek for seg lavkarbo. I åra 2003 til 2010, så blir det i VG skrive mellom 1 til 8 artiklar pr. året som tek for seg lavkarbo. Året 2011 er det 64 artiklar om lavkarbo og i 2012 er det 62 artiklar. Dette forklarar det Fairclough (2010) skriv at tekstar blir forma av den tida og samfunnet forfattarar er ein del av. Journalistar er ikkje upåverka av det som skjer i samfunnet og journalistane kan òg vera med å skape debatt i forhold til vinkling av ein sak. Kva journalistane dreg med seg av erfaringar og om det er noko i deira habitus som påverkar korleis temaet slanking og trening blir framstilt i denne artikkelen kjem ikkje fram i denne artikkelen. Det som kjem fram er at journalistane kjenner det journalistiske feltet og den aukande makta dette feltet har over andre felt (Bourdieu 2005). Med andre felt meiner eg i dette tilfelle samfunnsvitenskaplige feltet.

Journalistane Haugsbø og Gjerding vekslar mellom å vinkle artikkelen mellom autonom pol og heteronom pol ved at dei både fokuserar på å gå bak meiningane som lege Hexeberg kjem fram med at trening ikkje er så viktig for å gå ned i vekt ved å få fram argument frå «*proffe*» aktørar på trening og vektreduksjon. Med eit ynskje om å få fram den ubehaglege sannheten, som ligg bak den autonome polen og i dette tilfellet å rokke ved noko som har vore eit doxa i trenings- og helsefeltet. Nemleg at for å gå ned i vekt, så må ein trene og leggje om kostholdet. I tillegg så blir det eit fokus på den heteronome polen ved at journalistane fokuserar på å skrive ei historie rundt kva Hexeberg og dei «*proffe*» meiner, og på den måten fokusere på å skape ein underhaldane avisartikkel (Prieur og Sestoft 2006).

I forhold til korleis dei ulike aktørane i denne artikkelen blir framstilt av journalistane, så fortel det meg at aktørane har alle ein habitus som er med på å konstituere feltet dei er ein del av og som gjer at vi kan forstå dette feltet (ibid.) Det er det som gjer at eg som lesar av denne artikkelen og aktørane i denne artikkelen kan forstå kva denne artikkelen dreiar seg om ved at at vi dreg med oss ein felles habitus og det er ein relasjon mellom habitus og feltet (Bourdieu

¹⁸ Nettside: <http://web.retriever-info.com.ezproxy.hit.no/services/archive.html> (henta frå 26.04.13)

1993). Dette dreg oss over til kapitalbegrepet og den kulturelle kapital. Aktørane som blir framstilt i denne avisartikkelen dreg med seg institusjonalisert tilstand ved at fleire av aktørane har offentlege verdsatte utdanningar og yrker, som lege, forskar og professor (Bourdieu 2006). Kvar i hierarkiet vi kan plassere dei ulike aktørane frå denne artikkelen er basera på vinklinga av artikkelen ved at det er spesielt legen Hexeberg som er hovudaktøren i denne artikkelen og blir framstilt som «*lavkarbodronning*» av journalistane.

Det verkar på meg som journalistane ynskjer å framstille at det eksisterar ein kamp mellom dei ulike aktørane i forhold til definisjonsmakt om kva som er den beste måten å redusere vekta på ved å dra inn aktørar med ulike utdanningar og yrker som er alle verdsatte i det offentlege rom. Dette er med på å plassere aktørane inn i den sosiale kapital i tillegg til den kulturelle kapital ved at dei tilhøyrrer ei gruppe med eit nettverk med felles relasjonar med varig karakter (Bourdieu 2006). I dette tilfelle snakkar vi om tre nettverk. Det eine er forskarnettverket, det andre er legenettverket og kjendisnettverket.

I kva grad vi kan snakke om plassering av desse ulike aktørane inn i eit hierarki og på den måten kome fram til om nokre har symbolsk kapital i forhold til verdsetting i det offentlege rom kjem an på kven som les artikkelen (Priour og Sestoft 2006). Det er å sjå etter om det er nokon som har dominans i forhold til posisjonen til aktørane i feltet (Slaatta 2003). I dette tilfellet er det i det journalistiske feltet og treningsfeltet. Hexeberg har i denne avisartikkelen liten symbolsk kapital i forhold til dei andre aktørane som blir framstilt i denne avisartikkelen ved at dei viser kritikk mot hennars meiningar. Likevel vil eg påstå at Hexeberg har symbolsk makt i det feltet ho opererar i, nemlig slankefeltet med fokus på lavkarbodiett. Ved at ho får andre til å tru på ei oppfatning om at den beste måten å gå ned i vekt på er å ete produkter med lite innhald av karbohydrater. Bourdieu (1996) brukar som eg har nemnt tidlegare i dette studiet, begrepet den magiske makt og usynlege makt om denne type makt. For å finne ut om denne type makt eksisterar, så kan eg sjå dette ved å sjå på bruken av kommunikasjon og bruken av symbol i forhold til framstilling av Hexeberg i denne avisartikkelen (Slaatta 2003).

Media brukar si rolle som formidlar av ytringar gjennom å bruke dramaturgi og ikkje vera nøytrale formidlarar (ibid.). På den måten kjem den symbolske makt til syne i denne avisartikkelen både gjennom korleis Hexeberg blir framstilt og med å ta med ytringar frå fleire «*proffe*» aktørar. I tillegg så er ikkje VG som formidlar av denne nyhetssaken nøytrale i sin sak ved framstillinga av denne saken. VG brukar i hovudsak overskrifta til å blåse opp ein sak, som i brødteksten blir ned tona ved at Hexeberg meiner ikkje at fysisk aktivitet ikkje er viktig, men uttalar at; «*-Jeg vil si at trening stort sett er bra uansett*». Poenget til Hexeberg i

denne artikkelen at for den «sterkt overvektige» er det først og fremst omlegging av kostholdet som er viktig. VG plasserer Hexeberg i ein større posisjon i lavkarbodebatten som «lavkarbodronning». Dette tyder for meg at Hexeberg har ei større rolle i denne debatten og har relasjonar til denne debatten og samfunnet rundt seg, og at VG brukar dette for å lage nyhetsartikkel som skapar debatt hjå lesarane og med eit ynskje om å auke salet av VG aviser. Dette går ut på bruken av premissmakt i forhold til kva kjelder dei tek i bruk for å vinkle saken frå ulike sider og i dette tilfelle bruke Hexeberg som framstillas som «lavkarbodronning» og bruke ulike uttalesar frå personar med spesiell verdsetting i forhold til kosthold og trening i det offentlege rom (von der Lippe 2010).

Denne måten å leggje fram ein nyhetssak på, ved å ta tak i ‘halvfabrikata’ saker, kjem til syne i denne artikkelen med hente inn fagfolk for å synleggjera fleire sider av lavkarbodebatten og pakke det inn med dramaturgi er eit kjenneteikn for tabloidiseringsprosessen og eg meiner kjem til syne i denne artikkelen (Eide 2001). Dette kan ha samanheng med strengare krav om økonomisk avkastning for VG. Ved å lage ein sak som skapar oppmerksomhet. I tillegg at denne jouranlisten på ein måte tek på seg oppgåva med å hjelpe lesarar som slit med vekta i forhold til kva dei bør gjera. Dette tolkar eg korleis tabloidisering i dagens samfunn tek på seg ei servicerolle (ibid.). I dette tilfelle å fortele ulike sider av vikegheit med å drive fysisk aktivitet når ein skal gå ned i vekt.

5.8 «Garanterer helsegevinst»

Denne avisartikkelen er henta frå fredagsmagasinet til VG 5. oktober 2012 og er ein featurreportasje med hovudfokus på sunn livsstil. Artikkelen er skreve av personleg trenar og treningsterapeut Helle G. Bornstein og fotograf er Daniel Sannum Lauten. Overskrifta «Garanterer helsegevinst» er klar og tydeleg. Ein kan forstå samanhengen mellom overskrift og bileta, fordi det visuelle illustrerar godt overskrifta og ingressen byggjer opp rundt denne forståinga; «Jeg har fått besøk av Camilla Phil, moteblogger med tusen jern i ilden. Kva er Camillas hverdagstriks for sunn livsstil?» Brødteksten har stor fokus på trening og kor viktig det er for å få ein sunn livsstil. Trening er eit gjennomgåande tema i teksten saman med

Vinklinga av avisartikkelen er slik som eg skreiv tidlegare ein featurreportasje med personleg vinkling både av intervjuobjektet Camilla Phil i denne artikkelen og journalistens personlege synspunkt. Journalisten viser oss kva som skjer og spelar på følelsesregisteret fortalt gjennom ei historie. I tillegg så er featurreportasjer ofte knytta til helgemagasiner og i dette tilfelle til fredagsmagasinet til VG. Den tabloide formen kjem tydeleg til syne i det store fokuset på kroppsnære bileter, bar hud, individorientert framstillinga av Camilla Phil i teksten og lite debattstoff ved at det er ingenting som blir framstilt sjokkerande eller provoserande (Bakke 1999).

Artikkelen dekkjer nesten to heile sider på slutten av magasinet. Det er seks små notiser på toppen av avisa som omhandlar trening og kosthold, og dekkjer det same temaet som hovudartikkelen eg skal sjå på her. Artikkelen har eit stort bilete som går over to sider og tre mindre bileter, som òg går over to sider. Denne artikkelen består av 2/3 med bileter og resten er tekst.

Bruken av store bileter og mindre tekst er eit typisk kjenneteikn for layouten i den tabloide journalistikk. Slik som den førre artikkelen om «*Typisk birkebeiner*», så er det større fokus på form enn innhald. Den denotative framstillinga av bileta er av ei dame i ulike treningsposisjonar med forskjellige treningsapparat og ein dame i instruktørposisjon. Dei er begge to i moteriktige treningsklede med sterke og fancy fargar. Fint sminka og slanke kroppar. Den eine dama viser bar hud ved at ho brukar singlet og kort tights, den andre brukar jakke og lang tighst, men ein ser godt at den er ein veltrent kropp. Den konnotative framstillinga er at Camilla Phil, som er den som trenar har eit konsentrert uttrykk i fjeset og gjev uttrykk for ei målbevist trening. Helle G. Bornstein som er trenaren og journalisten i denne artikkelen har eit smil rundt munnen og vi ser tydeleg at det er ho som er trenaren ved dei ulike posisjonane ho tek i forhold til Camilla Phil. Inntrykket mitt ved å sjå på desse bileta er begge damene er vant til å trene og viser sjølvsikkerhet i det dei gjer. Bilettekstane fortel kva dei driv med ved å vise til apparat som blir bruka og type øvelser dei utfører; «*sideutfall, pilatesapparater, hang ups og push ups*».

Journalisten tek i bruk etos for å vise lesarane at dette er noko ho kan ved at ho er personleg trenar og treningsterapeut. I tillegg viser journalisten til korleis ein kan trene ved å visuallisere dette og det kjem fram i teksten kva som må gjerast for å få ein sunn livsstil ved å vise til motebloggerens Camilla Phils livsstil. Her brukar ho logos for få fram truverdighet i teksten. Ved t.d. å vise til at ein må føreta nokre val i livet i forhold til trening og kosthold, og

understrekar at det er forskjellar på folk og at dette må ein ta hensyn til; «*Det handler om å ta de sunne valgene som passer for deg, ikke for vennene dine eller naboen*».

Eg som mottakar sit med inntrykket at moteblogger Camilla Phils livsstil er ikkje for god til å vera sann og veldig fornuftig i måten ho blir framstilt i denne avisartikkelen. Ho har «*tusen jern i ilden*», «*Norges mest leste bloggere*», «*driver hun Friendly management*» og «*utallige tilleggsprosjekt*». Det stemmer det som kjem fram i forhold til kva som er med på å bidra til ein sunn livsstil. Det at ein må føreta nokre val i livet i forhold til trening og kosthold.

Bileta viser to veltrente damer og teksten fortel kva du må gjera for å bli det. Men det er ikkje bare snakk om dette, du får fleire ting med på kjøpet; «*får jeg overskudd*», «*kropp og sinn er i balanse*» og «*jevne energi*». Dette er draumen for mange og mange klarer å kombinere både ein hektisk kvardag, passe på kroppen og få mykje energi. Det er likevel mange som slit med å få dette til å gå opp. Det kjem fram mange gode råd i teksten i forhold til å få ein sunn livsstil, spesielt dette med at nokre levemåtar fungerer for ein person, men ikkje nødvendigvis for andre. Det kjem òg fram i brødteksten i forhold til fokuseringa på trening og kostholdet; «*Livet har oppturer og nedturer, og litt er bedre enn ingenting*.» Dette er med på å få normaliteten fram i forhold til at det er ikkje alltid lett å endre livsstilen, sjølv om ein har lyst. Journalisten og intervjuobjektet Camilla Phil tek i bruk patos for å få fram det følelsesmessige i brødteksten; «*verdens deilige mat*», «*cravingsene borte*», «*det er deilig*», «*svak for smågodt, surgummi er min favoritt, ler Camilla*» og «*Gevinsten av å få sunn livsstil [...] verdt den tiden og energien man må bruke for å komme i gang*». I det siste avsnittet avsluttar journalisten med eit følelsesmessig sukk; «*At Camillas livsstilstriks fungerer for henne er tydelig*.» På den måten spelar journalisten både på eit ynskje sjølv om å kunne leve og sjå ut slik som Camilla Phil. Sjølv om mitt inntrykk at journalisten lever på mange måtar på same måte og har ein veltrent kropp slik som intervjuobjektet. Samtidig stil eg spørsmål mellom samsvaret i det siste avsnittet og overskrifta der Bornstein brukar eit sterk ord som å garantere for helsegevinst. Det kjem fram i det siste avsnittet; «*Vi setter i gang med treningen. At Camillas livsstilstriks fungerer for henne er tydelig. Kanskje et par av dem fungerer for deg og?*» For meg verkar ikkje dette som ein garanti om betre livsstil, men tips om kva du kan gjera for å få betre livsstil.

Artikkelen er prega av at journalisten er personleg trenar og treningsterapeut ved at artikkelen tek for seg dei mest elementære tinga i forhold til å få ein god livsstil. Det dreiar seg om fysisk aktivitet, vera bevist på kostholdet og det å føreta nokre val for korleis du vil leve. Journalisten vinklar det i forhold til motebloggeren Camilla Phils livsstil. Korleis ho førete

val for å få ein god livsstil; «*handler om å ta de sunne valgene*». Det kjem fram ein balanse i teksten at det er ikkje bare at ein skal trene og ete sunt for å få ein god livsstil. Like mykje kjem det fram at det er lov til «*hygge*» og «*spiser jeg all verdens deilig mat når jeg er på middagsbesøk*».

Teksten dreg med seg diskursorden livsstil i stor grad med stort fokus på treningsdiskursen. Helsediskursen kjem òg fram i denne artikkelen, men ikkje i like stor grad som treningsdiskurs. I forhold til definisjonen eg satte i innleiinga på livsstil; «*Livsstil er dei ulike val ein person tek i livet sitt som kan vera med på å avgjere om person har ein god livsstil eller ikkje*». Dette dreiar seg om om bl.a. fysisk aktivitet, kva ein et og handtering av stress. Eg ser ein klar samanheng i måten journalisten tenkjer og kva eg tenkjer. Tankane og meininga samsvarer med kva eg har av tankar og meiningar. Professorane Fugelli og Ingestad (2009) som eg viser til i innleiinga kor dei har føretatt ein undersøking om kva folk meiner helse er for noko. Tilbakemeldinga dei får er at helse er relativt og helse er individuelt. Det innebærer bl.a. at vi har ulike forutsetningar for å få ei god helse. Dette kjem fram i brøtteksen; «*det som funker for meg, funker ikke nødvendigvis for andre*». Dette kan òg knyttas til kva professor Hjort seier om kva god helse er for noko; «*Helse er et overskudd i forhold til hverdagens krav*». Ein måte å få god helse på er moglegheiten til å trene. Det som kjem fram her er på mange måtar det same som kjem fram i avisartikkelen og kva bloggeren Camilla Phil seier; «*når jeg trener jevnlig får eg overskudd og det gjør det lettere å takle en stressende hverdag*».

Avisartikkelen er skreve i ei tid med stor fokus på livsstil og helse. Det er «in» å sjå flott ut og vera veltrent, og samtidig ha ein innhaldsrik jobb og «*tusen jern i ilden*». Inntrykket mitt er at klarer du å alt dette, så er du ein person med «*karakter*» og evne til å handtere mange ting på ein gong. Avisartikkelen konstruerar på mange måtar samfunnet i år 2012 (Fairclough 2010). Det dreg med seg intertekstualitet ved at det i dei siste 30 åra har vore fokus på god helse og det å drive med fysisk aktivitet og som har vist til tidlegare i dette studiet. Det er ikkje noko nytt at det er viktig å tenkje på diskursorden livsstilen, men at det i avisartikkelen «*Garanterer helsegevinst*» tek for seg endringar i denne diskursorden ved at det blir bruke nye forum som blogging for å formidle kunnskap om trening og kosthold (Fairclough 1992).

I denne avisartikkelen er det ein moteblogger som er i fokus. Bloggin kom for ca ti år sidan (Bjørkelo 2013). Det finst noko som blir kalla rosa-bloggere og det som karakteriserar desse er at dei skriv innlegg om mote og skjønnhetsprodukter. Det er lagt opp til at lesarane skal kome med tilbakemeldingar, det er ofte reklame på bloggsiden og at det er anleiing til å kjøpe

produkter²⁰. På den måten har dei som skriv blogg anleining til å tene pengar og nokre tener mykje pengar, når dei har mange lesarar. Intervjuobjektet Camilla Phil blir i artikkelen framstilt som; «*en av Norges mest leste bloggere*». Det er då ein viss sannsynlegheit for at ho tener bra med pengar. Dette kan gje ho makt innan blogg miljøet både i form av økonomisk kapital og sosial kapital. Sosial kapital i forhold til at Camilla Phil ligg på ein 13. plass på ein oversikt over dei mest leste bloggarane i Noreg på nettsida blogglisten.no.²¹ Når ein kan plasser ein person eller ei gruppe høgt i eit hierarkisk kapital system, så betyr at du har stor verdsetting i dette bestemt miljøet (Bourdieu 2006). Ved at Camilla Phil har symbolsk kapital i form at ho er verdsatt innan det rosa-bloggmiljøet og innehar på den måten makt.

Innafor det journalistiske feltet er ikkje forfattar av denne artikkelen Helle G. Bornstein kjent, men eg vil påstå innanfor feltet som har med helse, trening og livsstil, så innehar ho ein anna posisjon. I og med at ho har ein fagleg bakgrunn for det ho skriv om ved at ho har utdanning frå Norges idrettshøgskole og universitetet i Oslo. Det gjev meir tyngde i det ho skriv ved at ho kan vise til faglege argument for t.d. kvifor det er viktige å vera bevist livsstilen sin. Dette forklarar korleis Helle G. Bornstein kan seta seg inn i og forstå Camilla Phils livsstil fordi det ligg i hennars habitus, som er nærliggande å tenkje er ganske lik Camilla Phils habitus og at dei begge opererer i det same sunnhetsfeltet (Bourdieu 1993). Dei er begge ein del av den sosiale verda vi lever i og den er med å forme korleis desse to tenkjer, lever og handlar på (Prieur og Sestoft 2006). Dei er begge opptatt av å følgje samfunnets trend om ein sunn livsstil og når journalisten er ein del av dette feltet, så blir ho ikkje sjokkera eller overraska fordi ho er kjenner denne verda gjennom habitus, som ho er eit produkt av (Bourdieu 1993). Dette kan forklare kvifor journalisten ikkje stiller nokre kritiske spørsmål til Camillas Phils svar på korleis få ein sunn livsstil, men avsluttar reportasjen med: «*Vi setter i gang med treningen. At [...] Og gjør de ikke det, er det bare å finne de sunne triksene som funker for deg.*» Dette er òg med å forklare det Eide (2001) skriv om at journalistikken har på mange måtar blitt ein servicejournalistikk med eit maktpotensiale i forhold til å påverke lesarane.

²⁰ Nettside: <http://www.sticos.no/portal/Nyheter/tabid/477/ID/210/Varsko-her-bloggere.aspx> (henta frå 23.03.13)

²¹ Nettside: <http://www.side2.no/livsstil/article2503985.ece> (henta frå 23.03.13)

Innafor det journalistiske feltet har Bornstein lagt seg på ei heteronom vinkling. D.v.s. at ho har blitt påverka av eksterne krefter ved at ho følgjer moten som eksisterar rundt ho og at det er ingenting støtande i det ho skriv om ved å skrive ein historie om motebloggeren Phil (Priour og Sestoft 2006). Det er sant at for å få ein sunnare livsstil, så må ein føreta nokre val i forhold til fysisk aktivitet og kosthold. Denne vinklinga i forhold til å skrive om korleis få ein sunn livsstil på ein «mjuk» måte og ikkje «hard» gravejournalistikk som er typisk for den autonome sida av det journalistiske feltet, er eit ynskje om nå eit større publikum og kunne selgje fleire aviser.

Slik som eg skreiv tidlegare så er det ein auka fokus blant folk om å sjå veltrent ut. Folk lesar om korleis dei kan få ein betre livsstil. VG har i dette fredagsmagasinet, som denne avisartikkelen er henta frå, laga eit heilt magasin som bare fokuserar på livsstil. Dei har valgt å følgje trenden og på den måten prøve å auke den økonomiske innteninga og ein kamp om kapital mellom dei store riksavisene. Det kan forklare kvifor dei brukar ikkje-journalistar til å skrive om trening, helse og livsstil, men hentar inn fagfolk i dette feltet. For på den måten kunne få ei anna vinkling enn kva ein utdanna journalist ville ha gjort ved å få fram ein anna vinkling av ein sak og med fagleg korrekt innhald. Dette kan vera med på å auke kapitalposisjonen til Bornstein i sunnhetsfeltet ved at å ho kjem lengre opp i det hierarkiske systemet innafor sosial kapital og den kroppsleggjorte kulturelle kapital (Bourdieu 2006).

Den sosiale kapital i tilknytting til denne diskursen er at ho tilhøyrrer ei bestemt gruppe, som har som levebrød å trene andre mennesker; «*Eier og daglig leder av Smart Trening*». Når ho i tillegg skriv artiklar for VG kan dette bidra til at ho får ein auka verdsetting gjennom å oppnå symbolsk kapital. Den kroppsleggjorte kulturelle kapital kjem til syne i denne artikkelen for både Bornstein og Phil om eit ynskje om å leve opp til samfunnets trend om å ha ein sunn livsstil gjennom å vise til ein veltrent kropp og sunn livsstil gjennom å skrive avisartiklar for Noregs største riksavis VG og ved blogging. Dette bidrar til symbolsk kapital innanfor den kroppsleggjorte kulturelle kapital.

Slik som eg skriv i førre avsnitt om at media følgjer trendar i eit samfunn, så kan ein diskutere om det er media som har laga denne trenden om å sjå veltrent ut eller ikkje. VG har makt i det journalistiske feltet ved at dei har innehar posisjonen som Noregs mest leste avis. Når ein aktør innehar stor besittelse av kapitalformar, så innehar aktøren stor symbolsk makt og i dette tilfellet VG. På den måten større sannsynlegheit for å få gjennomslag for sine ynskjer (Bourdieu 1996). Dette synast eg kjem tydeleg fram i denne avisartikkelen om å «*garantere*» for helsegevinst. Media skal formidle ytringar for andre, men redaksjonen kan forme det som

blir formidla. Dette kan vera å leggje til bileter og overskrifter som framstiller det på ein anna måte enn det det var tenkt. I dette tilfelle med overskrifta «*Garantere helsegevinst*» og bileter som framstiller idealkroppen for mange mennesker for på den måten spele på dramaturgi for å oppretthalde medias symbolske makt (Slaatta 2003).

6 Oppsummering

Eg vil no ta for meg hovudfunna ved ei oppsummering av dette studiet i forhold til hovudproblemstillinga og delmåla eg har satt for denne oppgåva: «*Korleis konstruerer VG diskursane helse og trening innan diskursorden livsstil VG i perioden 2003 til 2012?*» For å finne svar på dette har eg sett på «*korleis trenings- og helsediskursen blir konstruert i denne perioden*» og «*i kva grad vi kan sei at mediatekstane representerer tabloide artiklar*». I tillegg har eg sett etter i «*kva grad ein finn stereotypiar i mediatekstane frå VG*».

Eg vil først ta for meg delmåla og så runde av med hovudproblemstillinga ved å ta dra ein felles konklusjon over studiet.

6.1 Oppgåvast hovedfunn

Hensikten med studiet har vore å undersøkje korleis media med utgangspunkt i VG framstiller diskursane trening og helse i sine artiklar, og om dei kan knyttas til diskursorden livsstil. Målet har vore å kunne etablere kunnskap om korleis media konstruerer artiklar om helse og trening i den tabloide avisa VG. Når eg valte å bruke sider av Fairclouds kritiske diskursanalyse var det fordi han ser tekst som eit uttrykk for ein større kulturell og sosial prosess i samfunnet. Dette kjem fram i den tre-dimensjonale modellen mellom tekst og diskursiv praksis ved å sjå etter kva trenings- og helsediskursen teksten dreg med seg, som kjem fram i den diskursive praksis og satt inn i ein større kulturell og sosial prosess i samfunnet. Dette blir synleggjort i den sosiale praksis i den tre-dimensjonale modellen.

Korleis blir trenings- og helsediskursen konstruert frå 2003 til 2012?

Trenings- og helsediskursen er framtredeane i alle dei åtte avisartiklane som har blitt analysert, men blir noko ulikt framheva. Det eg ser er at treningsdiskursen er mest i fokus og er med på å konstruere perioden 2003 til 2012 i større grad enn helsediskursen. Det er ein avisartikkel som fokuserar meir på helsediskursen enn treningsdiskursen og det er den første artikkelen frå 2003 «*Godt forslag*». Dette står i samheng med at denne artikkelen fokuserar på forslaget om at det skal skrivast ut grøne respektar på helsefremjande tiltak for å kunne betre helsa ved endring av livsstil.

Treningsdiskursen blir vinkla ulikt i forhold til kva avisartiklane har lagt fokuset på. Artiklane som har fokusera på slanking og det er halvparten av artiklane, så er det eit større fokus på fysisk aktivitet som eit middel for å få redusert vekta. Bortsett frå artikkelen «*Trening ikke viktig*» frå 2011, som meiner at det er kostholdet som har mest å sei for å få redusert vekta og at trening må kome der etter. Dette er det ikkje einighet om i denne artikkelen og det er med på å byggje opp rundt debatten om lavkarbomat er ein bra måte å slanke seg på eller ikkje.

Det er to avisartiklar som dreiar seg om menn, maskulinitet og korleis mannen skal sjå ut for å ha makt i dagens samfunn. Desse avisartiklane legg vekt på at for at mannen skal framstå som vellykka i dagens samfunn, så må mannen vera vel trent og trendy for å signalisere makt. Spesielt er næringslivsledarar dratt fram som døme på dette. Desse artiklane fokuserar ikkje i like stor grad på helsediskursen. Helse blir nemnt, men det er ikkje den diskursen som vekkjer mest oppsikt, men treningsdiskursen. I den eine artikkelen «*Pondus ut – vaskebrett inn*» frå 2006, blir helse dratt fram som noko som er nedprioritert hjå menn. Desse to avisartiklane legg vekt på treningsdiskursen som eit middel for å få ein vel trent kropp for å framstå som ein vellykka mann med posisjon i samfunnet.

I den siste avisartikkelen frå 2012 om motebloggeren Camilla Phil ser eg korleis fokuset er lagt på å få ein sunn livsstil gjennom kosthold og fysisk aktivitet. Treningsdiskursen er den som er mest framtrudane her òg, men målet med treninga er ikkje slik det kjem fram i artikkelen å oppnå status og makt, slik som mannen blir framstilt i førre avsnitt. Det eg tolkar som målet her er å kunne takle ein hektisk kvardag ved å ha ein sunn livsstil. I begrepet sunn livsstil kjem det fram i denne avisartikkelen at det innebærer for Phil å ha balanse mellom kropp og sinn, og å ta dei sunne vala i kvardagen. Dette stemmer i stor grad med kva eg har formulert som definisjon på livsstil; «*Livsstil er dei ulike val ein person tek i livet sitt som kan vera med på å avgjere om ein har ein god livsstil eller ikkje*».

Det eg tolkar ut frå denne analysa er at det blir tatt i bruk mykje fagfolk for å uttale seg om trenings- og helsediskursen i avisartiklane. Alle avisartiklane bortsett frå den første artikkelen er enten skriva av journalistar med bakgrunn innafor trenings- og helsediskursen eller at journalisten intervjuar fagfolk innan desse to diskursane og brukar dei som referansar for dette i avisartikkelen. Det eg opplever er at avisartiklane der journalisten har bakgrunn innafor desse to diskursane har meir troverdighet og sakleghet i seg enn dei artiklane som er skriva av journalistar med liten bakgrunn i forhold trenings- og helsediskursen, sjølv om dei refererar til fagfolk innafor desse to diskursane. Dette tolkar eg i forhold til journalistens habitus som styrkar innhaldet i avisartikkelen når habitus kjenner att den sosiale verda og går inn i ein

relasjon med denne verda. Bourdieu (1993) beskriv dette med at då har habitus det som fisken i vatn.

I kva grad kan vi sei at mediatekstane representerer tabloide artiklar?

Dei analysera mediatekstane representerer alle den tabloide pressa ved å ta i bruk fleire av Bakkes (1999) ulike kjenneteikn for tabloidisering. Det som er mest framtrudane er det store fokuset på form framfor innhald ved å bruke visuelle effekter i layouten for å fange blikket til lesarane. Det med å ta i bruk store overskrifter og store bileter. Overskriftene meiner eg ikkje alltid står i forhold til brødteksten. T.d. i den siste avisartikkelen frå 2012 om å garantere for helsegevinst og brødteksten formidlar ingen garantier. Dette forklarar kva Slaatta (2003) meiner om at media skal formidle ytringar frå andre, men redaksjonen kan forme det som blir formidla. Dette kan vera å leggje til bileter eller som i dette tilfelle ei overskrift som framstiller det på ein anna måte enn det det var tenkt.

Når eg har analysera avisartiklane ser eg korleis retoriske grep blir tatt i bruk av journalistane for å skape følesar rundt ein sak. Eg får eit inntrykk av at jau meir det er eit tema som skapar debatt i det offentlege rom, desto meir tek journalisten i bruk patos for å formidle det følelesmessige rundt saken. Dette ser vi i artiklane om «*erkebirkebeineren*» frå 2010 og «*lavkarbodebatten*» frå 2011.

Dette med å lage ei historie rundt enkelindivid og pakke det inn i ein lett underhaldane innpakning er tabloide trekk og kjem til syne i mange av artiklane. Det eg òg ser, er at fleire journalistar lagar dramaturgi rundt ein sak, t.d. i avisartikkelen i frå 2006 «*Pondus ut – vaskebrett inn*» kor dei skriv om Edsbergløkken som har pondus og må slanke seg, fordi det er ingen på morssida som har nådd pensjonsalder. Det er òg ein tendens til fokusere på raritetar og narsistisk framstilling. Dette kjem til syne i avisartikkelen frå 2010 ved å framstille den typiske birkebeiner, som at det å gå birken er 'min' private leikeplass og kva som skjer elles i samfunnet ikkje er mitt problem. Det med å bruke ulike verkemiddel som t.d. layout og dramaturgi for å fange lesarane oppmerksomhet på, er ein måte å oppretthalde medias symbolske makt (ibid.)

I kva grad finn ein stereotypiar i mediatekstane frå VG?

Stereotypier er i varierende grad synlege i dei ulike avisartiklane. I halvparten av dei analyserte avisartiklane finn eg stereotypier. Det er ikkje utstrakt bruk av stereotypier i nokon av desse artiklane, men eg ser at bruk av stereotypier og kjønn er sentralt. I begge avisartiklane som handlar om menn, er kjønnsstereotypier i bruk. I desse to artiklane blir menn framstilt som vellykka og trendy næringslivsledar, når dei har ein veltrent kropp. Har du ikkje det, men til og med ein pondus, så signaliserar det at mannen ikkje har kontroll på kva han et og då kanskje med ein hentydning til at han ikkje har kontroll på andre delar av livet sitt òg. Det kjem òg fram at viss ein er mann nok for Birken, så signaliserar det meistring i arbeidslivet og at ein lykkas med ekstrem trening. Dette tolkar eg som eit typisk trekk ved kjønnsstereotypier i media med eit forenkla synspunkt knytta til sosiale og kulturelle betegnelse på individ (von der Lippe 2010).

I ein anna artikkel kjem stereotypi fram i forhold til korleis enkelte meiner og trur at når ein blir eldre, så kan ein ikkje vera i like stor fysisk aktivitet som når ein var yngre. Journalisten i denne artikkelen ynskjer å få vekk denne form for stereotypien og få fram at det er viktig at eldre driv med mosjon for å halde på ei god helse og møte alderdommen på ein betre måte. Lippmann (1997) skriv i forhold til korleis eg som lesar av ein tekst tolkar noko som stereotypi er avhengig av bakgrunnen og tradisjonane eg dreg med meg. Det kan forklare kvifor eg meiner noko er stereotypi, mens andre vil påstå at det ikkje er stereotypi. I denne analysa i artikkelen frå 2011 blir trening framstilt som mindre viktig for å gå ned i vekt. Dette ser eg som ein stereotypi, men andre kan tolke det som ikkje ein stereotypi.

Mange av artiklane gjev meg eit inntrykk av at målet er å lage mediatekstar som skapar oppmerksomhet ved å fokusere underhaldning og dramaturgi med mål om økonomisk gevinst. Dette sett i samanheng med strengare krav om økonomisk avkastning i norsk journalistikk. Journalistikken har òg endra seg i retning av å ta på seg saker for å hjelpe forbrukarane (Eide 2001). Eg ser òg korleis journalistikken tek på seg saker for å hjelpe lesarane som ynskjer å gå ned i vekt eller å kome i betre form ved å kome med ulike råd og veileiing. I til dømes i artiklane frå 2008 «*Trening. Alder ingen hindring*», 2010 «*Trening ikkje viktig*» og frå 2012 «*Garanterer helsegevinst*». Her kjem servicejournalistikken til syne med kvardagslege råd og synspunkt. På denne måten kjem journalistikkens maktpotensiale til syne i samfunnet (ibid.)

Korleis konstruerer VG diskursane helse og trening innan diskursorden livsstil VG i perioden 2003 til 2012?

Graden av autonomitet i det journalistiske feltet forklarar Bourdieu (2005) med kva posisjon journalisten har i forhold til å fange lesaranes oppmerksomhet og kan bidra til auka sal av aviser. Journalistar med høg kapital i det journalistiske feltet er etterspurt for aviser å få tak i, fordi det kan bidra til økonomisk gevinst som er eit auka press innan media i dag. Døme på dette kjem fram i artikkelen frå 2008 der tidlegare landslagstrener Johan Kaggstad er journalisten bak denne artikkelen. Han har høg posisjon i den kulturelle kapital og kan på den måten bidra til auke i økonomisk kapital for VG. Det kan forklare kvifor VG tek i bruk personar med bakgrunn i helse og trening for å skrive artiklar om dette temaet.

Avisartiklane viser for meg at dei alle er ein del av den sosiale verda ved at dei konstruerar denna verda. Dette forklarar Fairclough (2010) med at tekstar blir forma av den tida og samfunnet forfattern er ein del av. Dette innebærer at journalistar ikkje er upåverka av det som skjer i samfunnet. Dette kan eg sjå bl.a. i avisartiklane som skriv at det er eit auka press på å sjå veltrent ut som mann for å oppnå posisjon når ein har ein leiarjobb. Viss ein som mann har mage eller er overvektig, så formulerar avisartiklane og fagfolk det som eit teikn på at ein mann ikkje har kontroll på livet sitt. Dette viser eit forenkla synspunkt der stereotypier blir tatt i bruk for å understreke det. På bakgrunn av Pierre Bourdieus kapitalformar så ser eg auka fokus etter symbolsk kapital spesielt blant menn med leiarstillingar i same felt ved at dei må framstå som veltrente. Dette kan vera med på å konstruere eit klasseskille i dagens samfunn ved å seta mennesker som er overvektige lengre ned i det hierarkiske system, sjølv om dei tilhøyrer det same feltet. Dette tolkar eg som medias symbolske makt ved å gje verdsetting til ei gruppe aktørar i eit felt.

Trenings- og helsediskursen dreg med seg intertekstualitet gjennom søk på Atekst og når eg har analysert nyare artiklar i forhold til dei eldre artiklane. Eg kan sjå likhetar ved at alle avisartiklane skriv at trening i ein eller anna form er viktig for å få ei god helse, men for å få til det så avheng det av livsstilen ein vel. Alle avisartiklane fokuserar på livsstil i meir eller mindre grad. Det er ikkje alle avisartiklane som nemner ordet livsstil, men alle avisartiklane fokuserar på at det er viktig med trening og kosthold, og det å gjera val i livet for å kome i betre form eller for å få betre helse og oppnå ein god livsstil. Dette tolkar eg som eit svar på spørsmålet eg stilte meg i problemstillinga om diskursane helse og trening konstruerer diskursorden livsstil i VG i perioden 2003 til 2012. Eg meiner at desse to diskursane har blitt meir og meir framtrøddane i denne tiårsperioden. Det ser eg i forhold til at antall artiklar som

skriv om helse og trening er aukande og at innhaldet i artiklane er mykje retta mot livsstilsendingar for å koma i betre form, få betre helse, sjå veltrent ut, oppnå status og for å slanke seg.

Litteraturliste

Allern, Sigurd (2001): *Nyhetsverdier. Om markedsorientering og journalistikk i ti norske aviser*. Kristiansand, IJ-forlaget.

Aristoteles (2006): *Retorikk*. Oslo, Vidarforlaget.

Bakke, Per (1999): *Frå varesamfunn til informasjonssamfunn*. Oslo, Solum Forlag a.s.

Bang, Tor (2006): *Makt og spinn i mediene*. Oslo, Abstrakt Forlag AS.

Bjørkelo, Kristian A. (2013): *Gi meg en scene! Norsk blogghistorie – ti år med terror, traumer og dagens outfit*. Oslo, Humanist forlag.

Bourdieu, Pierre (1977): *Outline of a Theory of Practice*. Storbritannia/Cambridge, University Press.

Bourdieu, Pierre og Wacquant, Loïc, J., D. (1993): *Den kritiske ettertanke*. Norge, Det norske samlaget.

Bourdieu, Pierre (1996): *Symbolsk makt*. Norge. Valdres trykkeri.

Bourdieu, Pierre (2005): *Theoretical Orientations. The political Field, the Social Science Field, and the Journalistic Field*. I Benson, R. & Neveu, E. (eds): *Bourdieu and the Journalistic Field*. Cambridge & New York: Polity

Dahlèn, Peter og Knut Helland (2002): Sport og medier. En forskningsoversikt. *Norsk medietidsskrift*, 9 (2), 7-25.

Dahlèn, Peter (2008): *Sport och medier. En introduction*. Kristiansand. IJ-forlaget.

Dobbedal, Eirik J. (2013): 'Yte for å nyte' –En analyse av *Aftenpostens fremstilling av Birkebeinerrittet mellom 2001 og 2011*. Mastergradsavhandling i kroppsøving, idrett og friluftsliv. Høgskulen i Telemark.

Eide, Martin (2001): *Journalistisk makt. Et opplag*. I Eide, M. (red.): *Til Dagsorden! Journalistikk, makt og demokrati*. Makt- og demokratiutredningen. 1998-2003. Oslo, Gyldendal Akademisk.

- Fairclough, Norman (1992): *Discourse and Social Change*, Cambridge, Storbritannia, Polity Press.
- Fairclough, Norman (1995a): *Critical discourse analysis: the critical study of language*. London, Longman Group Limited.
- Fairclough, Norman (1995b) *Media discourse*. London, Arnold.
- Fairclough, Norman (2001): *Language and Power. Second edition*. England, Pearson Education Limited.
- Fairclough, Norman (2003): *Analysing Discourse. Textual analysis for social research*. London & New York, Routledge.
- Fairclough, Norman (2010): *Critical Discourse Analysis. The Critical Study of Language*. Storbritannia, Pearson Education Limited.
- Fugelli, Per og Ingstad, Benedicte (2009): *Helse på norsk*. Oslo, Gyldendal Norsk Forlag AS.
- Hillesund, Terje (1994): *Står det noe nytt? Innføring i analyse av aviser og nyheter*. Fredrikstad, Institutt for Journalistikk.
- Holme, Idar M. og Solvang, Bernt K. (2004): *Metodevalg og metodebruk*. 4. opplag, Otta, Tano AS.
- Hågvar, Yngve Benestad (2007) *Å forstå avisa*. Bergen, Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS & Landslaget for Norskundervisning.
- Johansen, Anders (2002): *Talerens troverdighet. Tekniske og kulturelle betingelser for politisk retorikk*. Oslo, Universitetsforlaget.
- Jørgensen, Marianne Winter og Phillips, Louise (1999): *Diskurs analyse som teori og metode*, Fredriksberg, Danmark, Roskilde Universitetsforlag.
- Lassen, Anne Lise V. (2009): «Tett på! En analyse av avisene VG og Dagbladet og skiskytterkvinnenes opplevelse av sportsjournalistenes diskurser». Masteroppgåve i idrett og friluftsliv. Høgskulen i Telemark.
- Lesjø, Jon Helge (2008): *Idrettssosiologi. Sportens ekspansjon i det moderne samfunn*. Oslo, Abstrakt Forlag AS.

- Lindroth, Jan (1974): *Idrottens väg till folkrörelse: studier i svensk idrottsrörelse till 1915*. Uppsala, Acta Universitatis Upsaliensis
- Lippe, Gerd von der (2007): Kvinnelige fotballspillere har ikke baller – **må låne**
- Lippe, von der, Gerd (2010): *Et kritisk blikk på sportsjournalistikk*. Kristiansand. IJ-forlaget.
- Lippe, von der, Gerd (2014): *A golden decade – time for potential counter dominant media discourses? A critical discourse analysis of women's handball in Norway: 1998-2008*. Sociology of Sport Journal.
- Lippmann, Walter (1997): *Public opinion/ Walter Lippmann*. New York, Free Press Paperback Simon & Schuster Inc.
- Priour, Annick og Sestoft, Carsten (2006): *Pierre Bourdieu. En introduktion*. Danmark, Hans Reitzels Forlag.
- Roksvold, Thore (1975): *Holdninger i avisenes fotballreportasjer. Ein studie i språkbruk*. Hovudoppgåve i nordisk språk. Institutt for nordisk språk og litteratur, Universitetet i Oslo.
- Roksvold, Thore (red.) (1993): *Sport i avis. 7 analyser av norsk sportsjournalistikk*. Fredristad: IJ-forlaget.
- Slaatta, Tore (2003): *Den norske medieorden. Posisjoner og privilegier*. Norge, Gyldendal Norsk Forlag AS.
- Slaatta, Tore (2005): *Makt og demokrati i den norske medieorden*. Nytt norsk tidsskrift nr. 1:79-91.
- Sparks, Colin og Tulloch, John (red) (2000): *«Tabloid tales. Global debates over media standards»*. USA, Rowman Et. Littlefield Publishers, Inc.
- Sæter, Ingvild Dverseth (2005): *Media sin konstruksjon av idrett – ei kvantitativ og kvalitativ undersøking av pressa si framstilling av idrett*. Masteroppgåve i sosiologi. Norges teknisk-naturvitenskaplige universitet, Trondheim.
- Thompson, John B. (2001): *Medierne og moderniteten. En samfundsteori om medierne*. København, Hans Reitzels Forlag A/S.

Nettsider

Oversikten viser nettsider henvist til i fotnoter gjennom oppgåva.

<http://snl.no/doxa> (henta frå 10.11.12)

<http://medienorge.uib.no/?cat=statistikk&medium=avis&queryID=273> (henta frå 25.11.12)

<http://www.ringerike.no/om/blogger/stolte-ringerikinger/hei-jeg-heter-irene-mardalen-og-er-en-stolt-ringeriking> (henta frå 09.03.13)

<http://snl.no/Nemesis> (henta frå 15.03.13)

<http://www.sticos.no/portal/Nyheter/tabid/477/ID/210/Varsko-her-bloggere.aspx> (henta frå 23.03.13)

<http://www.side2.no/livsstil/article2503985.ece> (henta frå 23.03.13)

<http://www.helsedirektoratet.no/folkehelse/frisklivssentraler/gronn-resept/Sider/default.aspx> (henta frå 31.03.13)

<http://web.retriever-info.com.ezproxy.hit.no/services/archive.html> (henta frå 26.04.13)

<http://vginfo.vg.no/mediehuset-vg/historie/1960-1979/> (henta frå 04.05.13)

http://www.journalisten.no/media/annelise_von_der_fehr (henta frå 09.05.13)

<http://www.retriever.no/om-retriever.html> (henta frå 20.05.13)

<http://medienorge.uib.no/> (henta frå 20.05.13)

Oversikt over analysera artiklar

Artikkel 5-1: "Godt forslag" frå VG 04.01.2003

Artikkel 5-2: "Tynnere på Tjukholmen" frå VG 24.11.2004

Artikkel 5-3: "Pondus ut - vaskebrett inn" frå VG 08.01.2006

Artikkel 5-4: "Kilokrig på slanke-skole" frå VG 28.01.2007

Artikkel 5-5: "Alder ingen hindring" frå VG 23.11.2008

Artikkel 5-6: "Typisk birkebeiner" frå VG 19.02.2010 (side 1-2)

Artikkel 5-7: "Typisk birkebeiner" frå VG 19.02.2010 (side 3-4)

Artikkel 5-8: "Typisk birkebeiner" frå VG 19.02.2010 (side 5-6)

Artikkel 5-9: "Trening ikke viktig" frå VG 28.10.2011

Artikkel 5-10: "Garanterer helsegevinst" frå VG 05.10.2012

Oversikt over figurar

Figur 2-1 Norman Faircloughs tre-dimensjonale modell

Oversikt over tabellar

Tabell 1 Lesertall for norske aviser 2003-2012 (prosent pr. 1000)

Tabell 2 Dekning pr. kjelde på søkjeorda trening+helse i perioden 01.01.2003 til 31.12.2012

Tabell 3 Dekning på søkjeordea trening+helse i perioden 01.01.2003 til 31.12.2012 i VG

Vedlegg

Vedlegg 1: «Her er beviset!», VG Sportsbilag 17.01.12 (Henta frå Atekst)

Her er beviset!

Av Bjørn Arne Johannessen
Marit Bjørgens muskuløse overarmer skapte storm.
 I går kveld skjedde det samme i Sverige da Charlotte Kalla viste muskler på den svenske idretts-gallean.

Kalla mottok prisen for årets lag etter VM-gullet på lagsprinten i Holmenkollen i for-sammen med Ida Ingemarsdotter. Det tok ikke lang tid før det haglet med meldinger om langrenns-dronningens biops på Twitter.

Itale Aftenbladet var IFK-Göteborgs måhøkt John Ahlbåge rasik ute: «Så biops på Kalla også...»

Andre kommentarer: «Satan hvilke armer på Kalla!»

«Charlotte Kalla har jo størst armer på hela gallean!»
 Men også denne: «Deasverre Kalla, men dine armer når ikke riktig opp mot Bjørgens armer!»

Årets utøver

Marit Bjørgen fikk prisen for årets kvinnelige utøver og årets forbilde under den norske idrettsgallean. Men det var de veltrønte amene som fikk mest oppmerksomhet fra et improvisert studio i Italia under Tour de Ski.

Debatten gikk så langt at hun måtte kommentere musklene.
 Til Adresseavisen sa hun:



KOPIEN: Charlotte Kalla gjør akkurat som Bjørgen. Hun står i sort kjøle- og bibelt kralteige overarmer, ikke helt i klasse med sin norske konkurrent. Foto: SCANPIX



ORIGINALEN: Marit Bjørgen under idrettsgallean. Foto: BJØRN S. DELBENK

Bjørgens armer er størst

– Jeg skjønnes ikke, men når lønset blir allid, kommer jeg til å kle på meg neste år.

– Hun påstår at musklene ikke er større enn for ti år siden.

Leder i miMote.no, Sonia Huanca Vold mener

Bjørgen gjør klokt i å være mer tålekt neste gang hun går til fest med fotografen rundt seg.

– Hun burde ikke velge kjoler som fremhever musklene, sier Vold.

Men Bjørgens svenske konkurrent Kalla reddet

åpenbart ikke hørt på råd fra moteeksperten for hun pyntet seg til fest i Stockholm i går kveld. Hun sto på scenen i Globen i en næsten identisk kralasjon.

Langrennsstyemenn Marcus Hellner derimot skjulte sine røsterte armer i en me-

get pen smoking. Mannen med VM-gull på sprinten i Holmenkollen fikk prisen for årets mannlige idrettsutøver.

Prisen for årets kvinnelige idrettsutøver gikk til Therese Alshammer for VM-gull i svømming.

RESULTAT SERVICE

FOTBALL

Landsmannsvenner
 ● Danmark – Norge 1-1 (8-0).
 Torsdag 3. Tålk: Ca 3000 på
 Røjvangs National Stadium.
 Danmark: Mogenshede Pocher.
 Thailand – 6 p. Indefyttene Norge:
 Hødenstad i 45 min. for Wink, Singh
 i 45 min. for Brems, Abdelkader i 45
 min. for Søren, Viktor Børsha i 25
 min. for Sæderlund, Magnus Wolff
 Eikrem i 16 min. for Henriksen og
 Magnus Løken i 16 min. for Jøssan.
 Gull løst: Hødenstad.
 Norge (4-5-1): Runa A, Jøssan 4 –
 Espen Riis 5, Eren Hovland 5, Terje
 Rognmo 3, Lars Chr. Wink 4 –
 Jørk Elyonsson 7, Marica Høgenhaug
 6, Ruben Y. Jøssan 4, Simon Børnes
 4, Alexander Sæderlund 2 – Thomas
 Søren 3, Imbyttene Hødenstad 4,
 Singh 4, Mustafa Abdelkader 4.
 Sum 14 mome: 59
 Sum 11 mome: 48
 ● Vurdert av Wigard Bakkehaug

Nasjonal serie A

● Napoli – Bologna 1-1 (1-0)
 Tålk: 48.000. Må: N. Edsson Cavani
 (str. 71). B. Robert Acquafredda (14).

Juventus	18	10	8	0	29-12	38
Milan	18	11	4	3	31-17	37
Udinese	18	10	5	3	26-12	35
Lazio	18	9	6	3	26-17	33
Inter	18	10	2	6	28-18	32
Napoli	18	7	4	7	32-28	28
Roma	17	8	3	6	23-19	27
Genoa	18	7	3	8	22-24	24
Chievo	18	6	7	4	14-23	23
Cagliari	18	5	7	6	16-18	22
Catania	17	5	7	5	20-22	22
Parma	18	4	6	8	14-22	22
Ferentino	18	5	6	7	18-16	21
Ravenna	18	6	3	9	19-24	21
Astoria	18	6	4	8	23-20	20
Bologna	18	5	4	9	17-25	19
Siena	18	4	6	8	19-18	18
Cesena	18	4	3	11	12-25	15
Lecce	18	3	12	13	15-12	12
Novara	18	2	6	10	18-25	12

Tidligk utøverser

Kopysper – Gøstentopper 1-1,
 Monizper – Fenerbahçe 1-2.

HANDBALL

EM-sluttspill

● Gruppe C (i Hov) Serbiq
 Frankrike – Span 26-29 (13-15),
 Ungarn – Russland 31-31 (19-19).

● Gruppe D (i Vnq)
 Norge – Slovenia 28-27 (14-14),
 Kroatia – Island 31-29 (14-13).

Kroatia	1	1	0	0	31-29	2
Norge	1	1	0	0	28-27	2
Slovenia	1	0	0	1	27-28	0
Island	1	0	0	1	29-31	0

Alt som gjelder Volvo V50. Og mye ekstra.

2012 Volvo V50 DRIVe Limited Edition 115 hk

Topp utstyrsvariant med blant annet: skinn Interiør, 17" alu felger, cruise control, Bluetooth handsfree, alarm, ryggseter, regnesensor, LED kjørelys, Dual Xenon hovedlys, pusspakke Inki, parkeringsvarmer m/Almer, m/Alkalk, takk og vinterhjøl på aluminiumstelger.

Kampanjepris 299.900,-

Månedslie inkl. mva 1.999,-



Scan denne QR-koden for flere Volvo-tilbud.



Leasing/privatleie: 3 år/45.000 km. Kontant: 39.900,- inkl. reg.omkostn. Nominell rente 3,49%. Tillegg for etableringsgebyr. Prisene er inkl. mva. Gj. settsforbruk/utslipp V50: 0,39 l/mil / 99 g CO₂/km. Kampanjen kan ikke kombineres med andre tilbud/avtaler. Illustrasjonsfoto. Forbehold om trykktfeil.



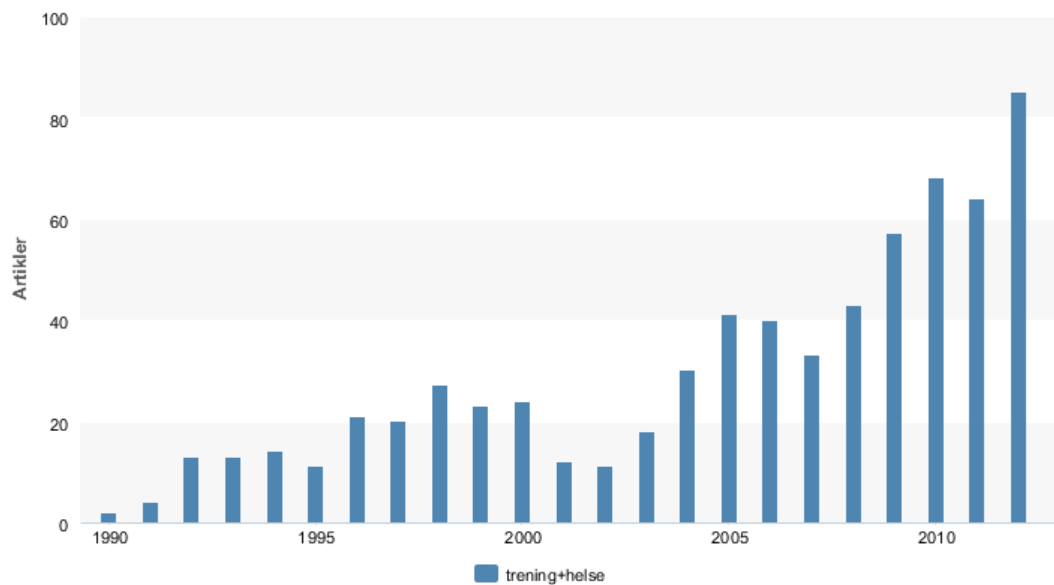
Bilia 08555

Oslo/Akershus: Buskerud: Hedmark/Oppland: Rogaland:
 Follo Drammen: Gjørvik: Bryne
 Fornebu Gol: Hamar: Forus
 Jessheim Hønefoss: Kongsvinger
 Lillestrøm Østern: Lillehammer



Følg oss på www.facebook.com/bilianorge www.bilia.no - betjnet med eDialog24

Vedlegg 2: Søk på Atekst på trening+helse i perioden 1990 til 2012



Vedlegg 3: «Bernt fra VG», Dagsavisen 14.01.2006. (Utdrag frå Atekst. Heile avissida er ikkje tilgjengeleg på Atekst.)

«Notiser. Det var nære på at Olufsen selv endte under snittet. Som 44-åring fikk han hjerteinfarkt. VG-livsstilen kostet ham nesten livet og datteren Helle en pappa.

60 sigaretter om dagen og en forkjærlighet for konjakk, pølser og Tostrupkjelleren ble historie over natta. Og sittende i den sorte stolen med hendene foldet ser han forbitret ut på den grå Oslo-ettermiddagen. Væromslaget truer kveldens skitur. Fire kvelder i uka må han ut i skauen for å løpe eller gå på ski, og annenhver dag fisk og kjøtt. Han har holdt på i åtte år uten gliptak. Akkurat på det området er det ingen tretthetstegn. Det er lett å slutte å røyke 60 om dan og begynne å trene fire ganger i uka, men å gjøre uka fri for rødvin, det er vanskeligere. Olufsen var sjukemeldt i flere måneder. Han måtte slippe opp litt på tømmene.»

Høst på apoteket - tran, jern og benmel over disken

Den sunnhetsgivende sommertid har gjensynlig avsluttet sesongen for i år — og da er tiden tåne til å hente seg kraft og styrke fra krukker og glass. For hna hjelper det om leger flest hevder at riktig kost overflødiggjør vitaminpreparatene, i alle fall for friske mennesker i sin beste alder? Medislinproduzentene forteller jo at vi ikke kan leve uten pillene deres . . .

Nå ja, begge deler er kanskje en overdrivelse — tran er det i alle fall enighet om at vi bør helle i oss i den mørke årstid.

— Vi selger tran hele året, kan de berede på apoteket — og merk, høst oppvinger i salget kommer sammen med høststråket i luften. Etter kalendere tidlige i år enn før, den regnfulle august har nok fått folk til å ta på seg om årstiden i seg selv og tilstrækkelig sunnhet.

— Og andre vitaminer — jo, kundene begynner å komme. Toppen av etterspørsel venter vi om ikke så lenge, og så synker det raskt igjen. Om det bare skyldes at folk kjøper store lagre som varer en stund, eller om entusiasmen og sunnhetsforetente dæber av, så krukke blir sående urørt, skal være usagt . . .

— Det er multi-vitaminpreparatene som er mest i skuddet, og helst skal de være i piliform, det er jo også det hendigste.

Etter at vitaminmangel i lengre tid har fått nær sagt all skyld for subgrunnets slapphet, begynte man for en stund siden — på legehold — å snakke om jernmangel igjen.

Slapphet har jo hyppig vært tilskrevet jernmangel også før, men denne gangen gjaldt det mangel ut i en annen. Det vil si at man kunne lide av jernmangel selv om en vanlig blodprøve viste tilfredsstillende resultater.

Philip,

britisk prinsgemal, har for vanske å legge hendene på ryggen nå han står og går ved offisielle tilstelninger. Og denne vanen har gitt opplegg til en ny dans som er i ferd med å erobre hele Storbritannia og truer med å utkonkurrere twisten hos leirringene. Den nye dansen kalles «The Blues», og i den inngår et trin som ganske enkelt kalles «Philip», og hvor de dansende går med hendene på ryggen.

En del skriverier om emnet i aviser og tidsskrifter — og tips steg salget av jernpreparater enormt. Så dette er også noe folk sikrer seg for vinteren.

— Ja, avisskriverer merker vi straks, forteller de på apoteket. — Som for eksempel nå i sommer, da en svensk dosent hadde vært ute med påstand om at benmel var det eneste saliggjørende: Et barn som fra et tidlig tidspunkt fikk benmel i kosten, kunne legge i seg alt han ønsket av sjokolade og andre usunne ting, uten å få skade av det senere i livet! Benmel til voksne, benmel til barn, sa svensken.

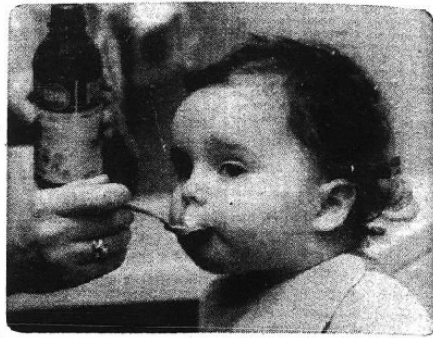
— At hans teori muligens er noe tvilsom, og at han læst fra ble understøttet på legehold, spilte

ingen rolle. Vi selger benmel i store mengder.

— Merker man forskjellstiden på apoteket?

— Forbiffende lite hittil i år. Vi selger nok endel medikamenter som kan lette ubehaget, men det er ikke så mange lenger av dem som «hjelbreders» seg selv med ymse kurer — som å putte i seg en boks med C-vitaminer eller masser av kininotabletter, når forkjølelsen melder seg.

I den forbindelse kan vi kanskje minne om hva legene sier om helbredelse av forkjølelse: Det tar fjorten dager å bli kvitt en forkjølelse hvis man går inn for en vitaminrik kosthold — hvis man har ordet på seg selv, tar det to uker . . .



Vår tids barn adskiller seg fra tidligere generasjoner bl. a. ved at de faktisk liker tran — men så er da også tidens tran meget bedre enn den man fikk for noen år siden.

Brukskunst på byen:

I en kjellerstue på Blindern har Inger Bjerknes innredet verksted. Her bottrer hun seg over tegnbrett og fargekar, og trykker fram fargeprekne tekstiler — hun trykker på stoff.

Stoff som blir til moderne brikker, mønstre klitter og ditto sekkeljøker — som den hun er representert med på Designavalkaden i disse dager.

— Men jeg syr ikke selv, tar hun — da ville jeg ikke fa solgt noen ting, for slikt pirsk ligger ikke for meg!

Etter fire år på Kunst- og Håndverkskolen i Oslo, dro Inger Bjerknes til Firenze, for å gå mer på skole. — Man lærer nok vel så mye om stofftrykk her hjemme, men noen impulser utenfra er alltid godt å ta med. Og en ting lærte jeg i alle fall i Italia — batik-teknikken.

— Den stammer opprinnelig fra

Hun dekorerer stoff



Inger Bjerknes i egenhändig komponert og trykket kittel, og med ditto tørkle i moderne farger.

Java, og var vist den første metoden man brukte til å dekorere stoff. Veldig gøy å pusle med, men for dyrt til å være lønnsomt her i Norge. Det er nemlig ikke mye arbeid med hvert stykke stoff man trykker, i motsetning til vanlig rammertrykk, hvor man kan benytte den samme rammen om og om igjen. Så det blir dessverre bare noen småting i ny og né — silketørker og slikt, som får glede av det jeg har lært om batik.

Og synd er det, for makten til delikat eleganse som Ingers silkestoffer kan by på, er det sjelden vi ser blant norske produkter!

Vel hjemme fra Italia etablerte Inger seg i eget verksted, og nå — etter vel tre år — har hun mer

en nok å gjøre med å få bestillingene unna. For det er ikke bare norsk publikum som har falt for hennes håndtrykte tekstiler — hun leverer både til England og Amerika.

— Avsetningen er ikke noe problem, det er tiden det skorter på. Og av og til arbeidslysten! Det er ikke alltid så greit å være frøelancer med teoretisk mulighet til å stikke av fra arbeidet! Især trenger man viljestyrke i fint sommerverv, og nettopp på den årstiden har man jo henge ekstra i — midt i turistssesongen.

— Konkurransen? Har ikke hatt tid til å lage noe til den slags bruk, men den årlige hastemat-

Vinterfrakk som varmes elektrisk

Et britisk firma har startet produksjon av oppvarmede duftlokalas. Ideen har firmastiftet fra de oppvarmede flyverdraktene som ble brukt under siste krig. Oppvarmingen foregår ved lavspenning. Huskikten er å forsøke å skape et praktisk og varmt antrekk til folk med stillingstende, utendørsarbeide i vinterstid — truck- og traktorførere og bygningsarbeidere, f. eks.

Frakken er fremstillet av tre lag. Det ytterste er en kraftig silkestørk og vindtett ull, det innerste et ulltør. Mellom de to lagene er det lagt et popplinstoff som inneholder varmelegemer som er fordelt over hele kroppen og ut i ermene. Frakken kan varmes opp med strømmen fra en akkumulator på 12 volt.

Forhåpentlig finner den oppvarmede frakken også veien til Norge — i vårt klima må man vel i hvert fall kunne sitte på behovet for et slikt plagg er avgjort til stede.

ringen har jeg vært med på siden jeg startet.

— Et det jobber å få for alle dem som går ut fra Kunst- og Håndverkskolen?

— De fleste setter seg med som frøelancere, og det kan nok være vanskelig å etablere seg, men er man først kommet i gang, og har skaffet seg kontakker, så går det som oftest fint.

— Men hvis alle elevene skulle fortsette i det yrket de har tatt pelling på, ville det bli trangt på markedet. Det er mange — jeg kunne nesten sitte bortimot halvparten — som etter kort tid, eller kanskje med det samme, havner i andre yrker.

Høstlig jерsey fra Sverige



Uansett hva de parisiske motkonger dikterer — kjønner over hele verden kommer antagelig til å holde fast ved de todelte jерseyplaggene så lenge som mølly — ledige og bekvemme og anvendelige så d si året rundt. Men detaljene forandrer seg — i år er de lett maskuline eller med inntrykk av 30-erens mote, slik som på disse to *Katja of Sweden*-plaggene i dron-ulljерsey. Kjolten til venstre har de aktuelle lange hoftelemlene, med gjennomtrådd belte, ensfarget bluse og tartanmønstret skjorte. Den todelte kjolen har skjorte i tartanmønstre med ensfarget krage, knappekrage og mansjetter i samme farge som skjortet. Og begge leverer i lang rekke fargekombinasjoner og dukker forhåpentligvis opp i norske forretninger.

Slanking kan ende med nervesammenbrudd

Halve folket teller kalorier og tygger slankesjokolade — med mer eller mindre synlige resultater. Idealkvoten står som et fjern og ofte uopnåelig mål — og det fins folk som faktisk ikke kan spise et stykke smørbrød uten et stonk av dærlig samvittighet. Nå er det jo ikke en gang bare av foretjeningshetsgrunner man slås mot kaloriene — nesten daglig kan man lese om hvor direkte hvsfarlig det er å veie for mye.

Men spørsmålet om idealkvoten er langt i fra alltid så enkelt som mange tror — det finnes medisinske eksperter som vilger å påstå at grensene for vår normalvekt burde flyttes en del. En svensk lege som har mer enn tyve års erfaring med vektbekymringer og nerveproblemer, sier:

Hele spørsmålet, nervesvekkelse og lang fra utvik-

dig. Det finnes mennesker som er klart overvektige, fete, fordi de er nervøse og av den grunn småspiser i tide og utide. Men det finnes også mange mennesker som er magre fordi de er nervøse. Nervøstet kan i enkelte tilfelle føre til fedme, i andre til avmagring.

Det har jo forekommet ikke så få tilfelle hvor noen med ubesvellig stahet har sakkert seg så lenge og så kraftig at de har endt med nervesammenbrudd. Slike tilfelle viser at det ikke er riktig uten videre å forsøke å presse vekten nedover. Mange mennesker har trent inni bedre av å holde på en liten overvekt i stedet for å ut og inn slåss mot vekten. En slik stadig kamp uten egentlige resultater gjør tilværelsen utrivellig — og det kan føre til krange med nervene.

— Forekommer det at nervevanskeligheter i enkelte tilfelle kan helbredes med en liten festeruk —

at pasienten blir rådet til å legge på seg et par-tre kilo?

— Noen direkte forbindelse mellom nervor og vekt kan man vel ikke snakke om. Men vel en indirekte. Om man finner at et menneske er klart undervektig, vil disse alminnelige helsestilstand, inklusive nervobalansen, sjelden være den beste.

Til slutt noen råd som gjelder problemer veikt-nervor-vektforholdene:

● En klar overvekt er selvfølgelig skadelig. Hjerte og ledd belastes ekstra og slites ut for tidlig.

● En systematisk avmagringskur skal helst skje i samarbeid med lege. Kritikklos slanking er skadelig og kan føre til sammenbrudd.

● Det finnes tilfelle der tretthet og nervøse skyldes at man er klart undervektig. Da kan lesningen være så man skaffer seg den vekten som passer nettopp en selv.