

Massmedier och övervikt

Gunilla Jarlbro



Du är inte ensam på banan...

En av de viktigaste och mest inflytelserika aktörerna på folkhälsoarenan är medierna

Näst arbete och sömn är det mediekonsumtion som den vuxne svensken ägnar sig åt - ca. 6 timmar per dag och individ



Hur påverkar denna mediekonsumtion medborgarna?

Är det så att fem minuter i ett tv-program kan försätta berg och t.e.x ändra våra kostvanor?

Har medierna verkligen en sådana effekt på sin publik?



Har medierna ett ansvar?

1994-års pressutredning

- Ge information
- Granska
- Forum för debatt



Så här kan det bli...

Atkins-metoden

Flygvärdinnemetoden

Citronmetoden

Ovs.

Osv.



Vad formar allmänhetens uppfattningar

Det finns tre vägar för medborgarna att skaffa sig kunskap:

- via egen erfarenhet
- via kommunikation med andra, s.k. Interpersonell kommunikation
- via masskommunikation, s.k. mediekommunikation



Agenter som konstruerar olika hälsodiskurser

- Kunskapsproducenter
- Kunskapsmäklare
- Kunskapsöversättare
- Kunskapssäljare



Lite paradoxalt är det nog

Recepten avlöser varandra....

Samtidigt som reklamen för livsmedel bygger på en idealisering av den perfekta kroppen.



Vår värsta fiende

Fett - kvinnors värsta fiende

Matreklamen av idag handlar allt mindre om smakupplevelser och näring och allt mer om mat som synd. Synd därför att mat ger kalorier.

"Njut med gott samvete" läser vi ofta i samband med den oändliga flora av marknadens lightprodukter.



Syndighetsstämpel

Det tycks antas att många av oss - åtminstone kvinnor - har ett ständigt dåligt samvete i relation till mat.

Givetvis undrar man vem ska äta upp all den mat som tv-kockarna dukar upp?



Lär känna din fiende eller lär dig förstå mediernas logik



Tänk på detta!!

- Innan du startar din aktivitet, studera hur just ditt hälsoämne behandlas i medierna, såväl nyhetsmedier som i underhållningsprogram. Är man med dig eller emot dig?

-Är just ditt ämne ett icke-ämne i medierna, fundera vad det beror på.

-Innan du sätter igång dina aktiviteter, kontakta de lokala medierna och försök få dem att intressera sig för ditt ämne.

-När du pratar med medierepresentanter undvik för mycket medicinsk jargong och beskriv inte ditt ämne ur ett makroperspektiv såsom sannolikheter m.m.



Forts...

- Försök att beskriva ditt ämne ur ett mikroperspektiv, med exempel som gör att "vanliga" människor kan relatera ämnet till sitt vardagsliv.
- Om du blir intervjuad av journalister be att få läsa artikeln innan den publiceras. Detta brukar journalister uppskatta. De vill inte heller ha faktafel i sina artiklar.
- Var tillgänglig och svara på frågor. Inga svar eller tystnad är spekulationernas grogrund.
- Glöm inte att synlighet i medierna ökar dina möjligheter att lyckas med ditt projekt.

