norden

Medier och barns hälsa

Från peppning och glamour till trygg vägledning

En diskursanalys av två föräldramagasin

Medier och barns hälsa. Från peppning och glamour till trygg vägledning

En diskursanalys av två föräldramagasin

*V. Möllerström, H. Sandberg och K.C. Ringsberg
(Red. K.C. Ringsberg).*

Medier och barns hälsa. Från peppning och glamour till trygg vägledning
En diskursanalys av två föräldramagasin
V. Möllerström, H. Sandberg och K.C. Ringsberg
(Red. K.C. Ringsberg).

ISBN 978-92-893-2459-5
<http://dx.doi.org/10.6027/TN2012-501>
TemaNord 2013:501

© Nordiska ministerrådet 2013

Layout: NMR
Omslagsfoto: Felicia 4 år

Tryck: Rosendahls-Schultz Grafisk
Upplaga: 130

Printed in Denmark

Denna rapport är utgiven med finansiellt stöd från Nordiska ministerrådet. Innehållet i rapporten avspeglar inte nödvändigtvis Nordiska ministerrådets synpunkter, åsikter eller rekommendationer.

www.norden.org/sv/publikationer

Det nordiska samarbetet

Det nordiska samarbetet är ett av världens mest omfattande regionala samarbeten. Det omfattar Danmark, Finland, Island, Norge och Sverige samt Färöarna, Grönland och Åland.

Det nordiska samarbetet är politiskt, ekonomiskt och kulturellt förankrat och är en viktig partner i europeiskt och internationellt samarbete. Den nordiska gemenskapen arbetar för ett starkt Norden i ett starkt Europa.

Det nordiska samarbetet ska stärka nordiska och regionala intressen och värderingar i en global omvärld. Gemensamma värderingar länderna emellan bidrar till att stärka Nordens ställning som en av världens mest innovativa och konkurrenskraftiga regioner.

Nordiska ministerrådet

Ved Stranden 18
DK-1061 København K
Telefon (+45) 3396 0200

www.norden.org

Innehåll

Generalsekreterarens förord	7
Förord.....	9
Sammanfattning.....	11
1. Inledning	13
2. Syfte	15
3. Metod.....	17
3.1 Beskrivning av magasinerna.....	17
3.2 Urval.....	18
3.3 Forsknings- och analysansats.....	18
3.4 Trovärdighet och generaliserbarhet.....	20
4. Resultat.....	23
4.1 Vi Föräldrar.....	24
4.2 mama.....	36
5. Avslutande diskussion	61
Referenser.....	67
Summary.....	69

Generalsekreterarens förord

Alltför många barn och ungdomar i Norden rör på sig för lite och äter dåligt. På kort sikt leder den bristande fysiska aktiviteten och de ohälsosamma kostvanorna bland annat till övervikt. På längre sikt ger det en ökad risk för sociala problem och långvariga hälsorelaterade konsekvenser som en ökad risk för diabetes typ 2, fetma, cancer och förhöjt blodtryck. Inte nog med att det är en tråkig framtid som dessa barn och ungdomar går till mötes, men det är också dyrt för de nordiska samhällena.

Antalet människor med livsstilsrelaterade sjukdomar och kroniska sjukdomar ökar och tar den absoluta merparten av hälso- och sjukvårdens resurser i anspråk. Den dominerande praxis som rått hittills har varit att behandla hälsoproblem i takt med att de uppstår. Men nytänkande, där man går från ett behandlingssamhälle med dyra kortsiktiga lösningar till ett förebyggandesamhälle med hållbara lösningar, skulle kunna minska de ekonomiska kostnaderna och slöseriet med mänskliga resurser.

Det uppstår emellertid en fråga om hur de nordiska länderna på ett effektivt sätt kan stärka de förebyggande åtgärderna på social- och hälsoområdet, däribland bidra till att bromsa ökningen av kroniska sjukdomar. Nordiska ministerrådet har gett Nordic School of Public Health NHV (tidigare Nordiska högskolan för folkhälsovetenskap) i uppdrag att svara på denna fråga.

Projektet "Hälsofrämjande och förebyggande" ingår i Nordiska ministerrådets globaliseringsinitiativ om hälsa och välfärd. Initiativet sätter fokus på hur den nordiska välfärdsmodellen kan vidareutvecklas så att den kan klara sig i den globala konkurrensökonomi och bevara sammanhållningen.

Nordiska Livsstilsverkstan – En modell för intersektoriell samverkan mellan föräldrar, förskola, hälsoväsende och forskare är ett konkret resultat av projektets arbete. Forskning tyder på att livsstilsjukdomar fortfarande påverkar yngre människor och det är viktigt att medvetandegöra föräld-

rar om riskfaktorer och i synnerhet vad som främjar deras barns hälsa. Sådana åtgärder bör redan sättas in när barnen är i förskoleåldern, framhäver forskarna bakom projektet. På det sättet blir en hälsosam livsstil en integrerad del av de ungas och familjernas vardag.

Traditionellt sett är familjen ett viktigt samarbetsområde mellan de nordiska länderna. Familjen är en grundläggande gemenskap i samhället som starkt präglar och formar de framtida nordiska medborgarna. Ett välfungerande familjeliv är en av de viktigaste förutsättningarna för medborgarnas välbefinnande och livskvalitet. Det nordiska samarbetet berör familjefrågor ur många olika vinklar: De nordiska länderna samarbetar för att främja barn och ungdomars välbefinnande, vidareutveckla den nordiska välfärdsmodellen för att garantera trygga levnadsvillkor för nordborna, utveckla den nordiska jämställdhetspolitiken så att den gagnar familjelivet och i ännu högre grad satsa på att öka de äldres deltagande i samhällslivet.

Nordiska Livsstilsverkstan är ett viktigt bidrag till detta arbete.

Köpenhamn den 10 januari 2013

Halldor Asgrimsson

Generalsekreterare

Nordiska ministerrådet

Förord

Denna rapport är skriven inom ramen för Nordiska ministerrådets satsning, Globaliseringsinitiativet (www.norden.org), och vid arbetet med delprojekt 4 inom området Hälsa och välfärd/Sundhedsfremme og forebyggelse – *Nordiska Livsstilsverkstan – En modell för intersektoriell samverkan mellan föräldrar, förskola, hälsoväsende och forskare*. Slutrapport och Handedarguide finns publicerade i TemaNords rapportserie i pappersversion men kan också laddas ned från Internet www.norden.org (TemaNord 2013:503, TemaNord 2013:504).

De första idéerna och konceptet till *Nordiska Livsstilsverkstan* arbetades fram 2009 tillsammans med en referensgrupp sammansatt av personer från samtliga nordiska länder anställda vid social- och utbildningsdepartementen. *Nordiska Livsstilsverkstan* har utvecklats under perioden 2010–2012. För att ge ett fylligt, vetenskapligt faktainnehåll till de olika temaavsnitten i *Nordiska Livsstilsverkstan* har samarbete skett med forskare från samtliga nordiska länder inom forskningsprojektet Nordiska barns och ungas hälsa och välfärd (NordChild) (www.nhv.se) samt med forskare vid Göteborgs- och Lunds universitet, Sverige.

Nordiska Livsstilsverkstans huvudsyfte är att deltagarna, föräldrar och professionella som arbetar med barn, skall skaffa sig kunskap om och förståelse av samband mellan livsstil och hälsa, hur det påverkar den egna, barnets och familjens hälsa samt att de reflekterar över hur man kan omsätta denna kunskap och insikt i praktiken. En förhoppning är att kunskapen skall föras över till barnen så att de i framtiden på egen hand kan göra hälsosamma livsstilsval. Arbetet bygger på samverkan mellan sektorer; familjen, förskolan, hälsoväsendet, barnavårdscentraler, BVC, familjecentraler och forskare. En viktig aktör i detta sammanhang är medier och hur man skall tolka de budskap som medier för fram. Det är mot bakgrund av detta som denna rapport kommit till.

Fil. dr Veselinka Möllerström, Institutionen för kommunikation och medier, Lunds universitet, har haft huvudansvaret för insamling och analys av materialet och ett första utkast till manuskript till föreliggande rapport.

Docent Helena Sandberg, Institutionen för kommunikation och medier, Lunds universitet, har haft ansvaret för utformning av studien, metodologiska överväganden, författat delar av manuskriptet och granskat det i sin helhet.

Professor Karin C Ringsberg, Nordic School of Public Health NHV, Göteborg, är redaktör och har varit medförfattare, granskat och redigerat manuskriptet.

Tack alla som bidragit till denna rapport!

Göteborg den 18 december 2012

Karin C Ringsberg

Professor, projektledare, redaktör
Nordic School of Public Health NHV

Sammanfattning

Syftet med föreliggande studie var att jämföra, beskriva och analysera hur barnhälsorelaterade frågor representerades i Sveriges två största föräldramagasin *Vi Föräldrar* och *mama* år 2005 samt år 2010. Samtliga utgivna nummer av tidningarna (totalt 54 tidskrifter) dessa år ingår i studien. Av dessa 54 har 20 nummer analyserats närmre för att kunna beskriva och begripliggöra tidningarnas övergripande ramverk och tilltal. En totalundersökning har dessutom gjorts av det tidningsinnehåll som berör förskolebarn och barnhälsa. Det empiriska materialet består av sammanlagt 80 artiklar och reportage varav 56 är publicerade i *Vi Föräldrar* och 24 i tidningen *mama*. En diskursanalys har genomförts på dessa artiklar varvid tre olika teman identifierats; Tema 1 – Utveckling och beteende (social, emotionell och mental hälsa), Tema 2 – Kroppsliga åkommor (fysisk hälsa), Tema 3 – Aktivitet (lekar, träning, inom- och utomhusaktiviteter). Dessa teman fungerar som diskursens ordnande dimensioner. Studien visar att föräldrar föreställs vara fria och väljande individer som med hjälp av experter kan vägledas till att välja hälsorelaterade metoder som passar den unika familjen. I studien konstateras att könsrollerna inom föräldraskapet framställs som traditionella. Barnhälsorelaterade ämnen är fortfarande ett kvinno-(mamma-)dominerat område. I *Vi Föräldrar* spelar barnet en central roll och porträtteras som ett självständigt subjekt, som också kommer till tals. De barnhälsorelaterade artiklarna i magasinet är sakliga och upplysande och ligger nära den aktuella folkhälsoupplysningsdiskursen. I magasinet *mama* spelar barnet en underordnad roll i relation till mamman. Barnet är ett objekt eller ett attribut till mamman, inte en aktör eller självständigt subjekt. Det är moderskapet och konstruktionen av mammaidentiteten som är i fokus. *Mama*-innehållet präglas av dubbelbindningar, dvs. motsägelsefulla budskap. Å ena sidan förmedlas ideala föreställningar om hur en mamma ska vara, å andra si-

dan framställs och fördöms de ideala föreställningarna som något ouppnåeligt, vilket kan skapa känslor av otillräcklighet. Barnet är något som kan hanteras på ett effektivt sätt i den stressade yrkesarbetande småbarnsmammans liv.

1. Inledning

Medierna har en viktig roll när det gäller att förmedla kunskap. De tillhandahåller material i identitetsskapande processer och bidrar därigenom till att också forma och reproducera vår kultur (Sandberg, 2004). Oavsett om man tar till sig mediernas budskap eller inte så bidrar de till att reproducera myter och ideologier. Mediernas budskap är således viktiga diskursbärare (Möllerström, 2011), som förmedlar kunskap, förebilder och uppmanar oss att tillägna oss ett visst beteende. Det talas ibland om att vi lever i en medialiserad värld. Med det menas att medierna utgör en integrerad del i vårt vardagsliv. Den medierade erfarenheten flätas samman med den levda erfarenheten och utgör en slags bindväv i det dagliga livet (Thompson, 1995). Mediernas inflytande ökar ju mindre den egenupplevda kunskapen av ett fenomen är. Ju mindre kunskaperna i t.ex. barnhälsorelaterade frågor är, desto större roll spelar medierna i kunskapsförmedlingen. Även om en stor del av barnhälsorelaterade frågor sker genom den interpersonella kommunikationen inom ramen för den hälsoupplýsning som sker inom sjukvården (BVC), så florerar en mängd budskap på den mediala arenan.

Från att barnhälsorelaterade frågor tidigare haft en relativt undanskymd plats på mediernas agenda, har de synliggjorts på ett påtagligt sätt de senaste decennierna genom reality program såsom *Nannyakuten* och *Dr Phil* (Hardyment, 2007; Johansson, 2012). I dessa program får TV-tittaren följa familjer vars barn på ett eller annat sätt framstår som oregeliga och där experter instruerar föräldrarna i barnuppfostringskonsten. Dessutom finns numera ett stort antal böcker rörande barnuppfostran på marknaden författade av såväl professionella som av självutnämnda experter (Hardyment, 2007). På nätet diskuterar föräldrar föräldrarollen och barnrelaterade frågor på olika föräldrabloggar. Det senaste decenniet har dessutom flera föräldramagasin tillkommit på den

svenska marknaden. Förutom *Vi Föräldrar*, som funnits sedan 1968, finns t.ex. *mama*, *Föräldrar & Barn*, *Family living* (svensk), *Jag är Gravid*. Det senaste tillskottet från årsskiftet 2011/2012 är – *PAPPA magazine*, som vänder sig specifikt till pappor.

Det finns många studier som handlar om föräldraskap. Däremot är föräldramagasinen beforskade i liten utsträckning (Sunderland, 2006; Clarke, 2010). I de fåtal studier, de flesta amerikanska och kanadensiska, som finns, konstateras det att fäderna rutinmässigt exkluderas (Sunderland, 2006), att magasinen reproducerar en traditionell modersroll (Johnston & Swanson, 2003) samt att de vänder sig till den engagerade modern av vit medelklass och som lever i ett heterosexuellt förhållande (Clarke, 2010). Detta trots att magasinen påstår sig vända sig till "föräldrar". Motsvarande nordiska studier saknas.

I föreliggande studie undersöks och jämförs de två största föräldramagasinen i Sverige: *Vi Föräldrar* och tidningen *mama*. Anledningen till att just dessa två valts är att de också förekommer eller har mycket lika paralleller i andra nordiska länder. I Danmark finns utöver nyss nämnda tidningar t.ex. *vores Born*, i Norge finns *kids cover*, *Kamille MOR & barn*, *Glade barn i barnehagen* och i Finland finns *Kaksplus* och *Perhe* för att nämna några. Dessutom läggs de ofta ut i väntrummen på barnavårds- och mödravårdscentraler.

2. Syfte

Syftet med studien var att undersöka hur barnhälsorelaterade frågor representeras i magasinerna *Vi Föräldrar* och *mama* samt att analysera de normer, föreställningar och diskurser som representationerna vilar på. Studien är relevant med tanke på att föräldramagasinen når en stor publik, dels via deras egna webbplatser, dels läses de tryckta magasinerna ofta av flera personer och många gånger läses de om och sparas. Mödravårds- och barnavårdscentraler tillhandahåller ofta de ovan nämnda föräldramagasinen i väntrummen, vilket därmed ger dem extra legitimitet och trovärdighet, som källor för information om barnavård och hälsa.

3. Metod

3.1 Beskrivning av magasinerna

Vi Föräldrar och *mama* är Sveriges största föräldramagasin och vänder sig till småbarnsföräldrar. *Vi Föräldrar* har en upplaga på 42 000 exemplar och en räckvidd på 144 000 läsare. *Mama* har den största upplagan på 52 100 exemplar och en räckvidd på 71 000 läsare (uppgifterna är hämtade från tidningsstatistik, www.ts.se och gäller för år 2011). Båda magasinerna har också var sin webbplats. Besöksstatistiken, enligt tidningarnas egna hemsidor är 35 000 besökare per vecka för *Vi Föräldrar* och 170 000 besökare per vecka för *mama*. Varje år utkommer 14 nummer av *Vi Föräldrar* och 13 nummer av *mama*. *Vi Föräldrar* startades år 1968 och *mama* år 2003 (www.ts.se).

Det totala antalet sidor i *Vi Föräldrar* ligger i genomsnitt runt ca 100 sidor/nummer. Ungefär 35 procent utgörs av reklam. Artiklar med varierande innehåll utgör ca 15 procent av innehållet som krönikor, kultur, pyssel, fråga experten, matrecept, notiser. Mellan 40 och 50 procent av textmaterialet utgörs av reportage som behandlar barn, föräldrar, familjeliv, relationer, konsumentupplysning, resor och utlandsreportage. Hälften av dessa reportage ca 20–25 procent behandlar barnrelaterade frågor. Detta innebär att ca 10–15 procent (10–15 sidor) av det totala textmaterialet behandlar förskolebarn och hälsa. Antalet artiklar kan variera från nummer till nummer beroende på om det är ett tema som behandlas eller inte. Är det ett tema som behandlas, vilket kan omfatta upp till tio sidor, består ett nummer vanligen av färre artiklar, en till två artiklar med fokus på förskolebarn och hälsa.

Det totala antalet sidor i *mama* ligger i genomsnitt runt ca 150 sidor/nummer. Ungefär 60 procent av innehållet utgörs av reklam. Tjugo procent utgörs av reportage som behandlar nationella kändismammor,

mammor som lyckats i karriären, hälsa- och skönhetsreportage, resereportage, matreportage, "vanliga" mammor som har något intressant att berätta samt pappareportage. Drygt tio procent utgörs av artiklar med varierande innehåll (t.ex. internationella kändisar, trender). Knappt tio procent utgörs av barnrelaterade ämnen. Av det totala textmaterialet behandlar ca två procent (2–4 sidor) förskolebarn och hälsa. Antalet artiklar per tidning kan variera från inga alls till ett par artiklar i samma nummer.

3.2 Urval

De undersökta åren i denna studie är år 2005 och år 2010. Eftersom *mama* startades år 2003 valdes undersökningsåret 2005 för att tidningen skulle ha hunnit etablera sig på marknaden. År 2010 valdes för att se om eventuella förändringar rörande barnhälsorelaterade frågor förelåg i de två magasinerna mellan år 2005 och 2010. Genom att inkludera material från två olika tidsperioder/måttillfällen i studien hoppades vi att få fram en så nyanserad bild som möjligt av ämnet och tidningssinnehållet.

I båda magasinerna har artiklar som behandlar spädbarn eller barn i skolåldern valts bort. Hälsorelaterade notiser och frågor & svar om barn och hälsa ingår inte heller i urvalet i den mening att de inte varit föremål för en djupare analys, men berörs som en del i det övergripande ramverket.

3.3 Forsknings- och analysansats

Föreliggande studie har en kvalitativ ansats och fokuserar på hälsorelaterade ämnen om barn i förskoleåldern. Då jämförande studier av föräldramagasin i relation till barnhälsofrågor saknas i allmänhet och nordiska studier i synnerhet, är denna studie av explorativ karaktär och har väglett av ett induktivt förhållningssätt. Detta innebär att empirin har varit vägledande för tematiseringen och för förståelsen av vilka föreställningar som reproduceras i relation till barnhälsofrågor. Analysen har dock inte enbart härletts på ren induktiv väg utan har inspirerats av de tidigare

amerikanska och kanadensiska studierna som nämnts ovan. Analysen har fokuserats på tre områden; övergripande ramverk, tilltal och barnhälsorelaterade frågor.

Analys av övergripande ramverk

Magasinens övergripande ramverk har analyserats i syfte att beskriva, förstå och jämföra de båda magasinerna med varandra. För denna analys har de fem första numren från respektive tidning för år 2005 och år 2010 noggrant lästs igenom i sin helhet för att få en uppfattning av den övergripande strukturen. Att de första fem numren (januari-maj) undersökts beror på att dessa månader kan betraktas som mer "neutrala" än övriga nummer. De efterföljande numren präglas av säsongsbetonade reportage. Sommarnumren präglas i stor utsträckning av semesterreportage, tidig höst präglas av skolstarten och vintersäsongen innehåller artiklar som behandlar jul och traditioner. Ramverket kommer sålunda tydligast till uttryck under de första månaderna på året. Ramverket konstruerar bakgrunden mot vilka artiklarna bör förstås. Kortare notiser, läsarbrev, frågor & svar ingår inte i urvalet i den mening att de inte varit föremål för en djupare analys, men berörs som en del i det övergripande ramverket.

Analys av tilltal

Analysen av tilltal har baserats på samtliga artiklar, kortare notiser, läsarbrev och frågor och svar.

Analys av barnhälsorelaterade frågor

Magasinens samtliga nummer för år 2005 och år 2010 har undersökts. Detta innebär att en totalundersökning genomförts av vad som skrivits i magasinerna rörande barnhälsorelaterade frågor under åren 2005 och 2010.

Totalt ingår 80 artiklar och reportage varav 56 från *Vi Föräldrar* och 24 från *mama*. I de valda artiklarna är förskolebarnets omvårdnad i fokus. Artiklarnas längd varierar från en sida upp till tio sidor, men den genomsnittliga längden för de valda artiklarna är på ca 3–6 sidor i *Vi Föräldrar* och på ca 1–2 sidor i *mama*. Artiklarna baserar sig på längre resonemang kring barnhälsorelaterade ämnen. De längre resonemangen ger större möjligheter att fånga den kontext i vilka hälsobudskapen förmedlas, än

vad som är fallet i de kortare notiserna, som inte varit föremål för en mer djupgående analys i denna studie.

Att beskriva ett material utifrån dess innehållsliga teman är ett sätt att få fram den undersökta diskursens ordnande principer för innehålllets inriktning. Teman är därmed en viktig dimension för att komma åt hur förskolebarn och hälsa representeras i texterna (Sandberg, 2004). Artiklarna har lästs igenom flera gånger. Preliminära teman blev tydliga efter det att ungefär hälften av de 80 artiklarna hade lästs igenom. För varje genomläsning förfinades tematiseringen och frågeställningarna.

Följande övergripande frågor har varit vägledande i analysen:

- Hur kan magasinen beskrivas? (Övergripande ramverk).
- Vem kommer till tals i barnhälsorelaterade frågor? (Tilltal).
- Hur tilltals läsaren? (Tilltal).
- Vilka frågor rörande förskolebarns hälsa behandlas? (Barnhälsorelaterade frågor).

Följande specifika frågeställningar har varit vägledande i analysen:

- Vilka föreställningar reproduceras i förhållande till barnets välbefinnande?
- Vilka är likheterna och skillnaderna mellan tidningarna i relation till ovan nämnda frågor?
- Hur behandlas genus i relation till hälsa?

3.4 Trovärdighet och generaliserbarhet

Inom vetenskapen ställs det krav på att påståenden och slutsatser är väl underbyggda. I en kvalitativ innehållsanalys ersätts vanligen de traditionella begreppen validitet och reliabilitet med giltighet, trovärdighet och tillförlitlighet (Ekström & Larsson, 2010). Förste författaren (V.M.) har haft huvudansvaret för insamling och tolkning av data och utformning av det första manuskriptet. Giltighet, trovärdighet och tillförlitlighet uppnås i

denna studie genom att alla författarna till rapporten har varit delaktiga i diskussioner kring metod, urval, tolkning av teman och slutsatser samt författandet av manuskriptet. Olika perspektiv på tolkningen har tillförts genom att författarna har olika professionell och disciplinär bakgrund. Citat redovisas för att exemplifiera resonemang och analytiska slutsatser, vilket därmed också möjliggör för läsaren att göra egna bedömningar.

Eftersom urvalet av tidskrifter inte är statistiskt representativt och analysen är kvalitativ kan inte resultatet generaliseras i statistisk bemärkelse. Däremot kan resultaten leda till en djupare förståelse av innehållet i föräldramagasinet och hur budskap i dessa kan tolkas, vilket innebär att teoretiska generaliseringar kan göras (Kvale, 1997).

4. Resultat

Resultatbeskrivningen av analysen är tvådelad. Först redogörs för *Vi föräldrar* därefter *mama*. Resultatet inleds med en beskrivning av respektive magasinets ramverk. Denna är något längre för *mama* än för *Vi Föräldrar*, vilket beror på att *mama* kan betraktas både som ett livsstilsmagasin och ett föräldramagasin och täcker därmed in betydligt fler områden än vad *Vi Föräldrar* gör, som är en specialtidning med ett snävare innehåll (www.ts.se). Detta innebär att analysen av det övergripande ramverket med nödvändighet blir något längre i resultatredovisningen av *mama* för att fånga och täcka in de varierande ämnen som tas upp i tidningen. Resultatet redovisas också under fler underrubriker än vad är fallet för *Vi Föräldrar*. Som specialtidning är *Vi Föräldrar* mer enhetlig och sammansatt i meningen att den är mer fokuserad kring barns hälsa/ ohälsa/utveckling samt föräldraskapet. Resultatet av analysen av det övergripande ramverket följs av ett avsnitt som behandlar tilltalet. Därefter redogörs för resonemangen kring barnhälsorelaterade frågor. Resultaten sammanfattas och diskuteras för varje magasin separat. I en avslutande diskussion behandlas studiens relevans och förslag på fortsatt forskning ges.

De övergripande tema som framkom vid analysen av de barnhälsorelaterade frågor som behandlades i artiklarna var i nämnd storleksordning följande:

- *Tema 1 – Utveckling och beteende* (social, emotionell och mental hälsa)
- *Tema 2 – Kroppsliga åkommor* (fysisk hälsa)
- *Tema 3 – Aktivitet* (lekar, träning, inom- och utomhusaktiviteter)

Den största innehållsliga dimensionen utgjordes av tema 1 med totalt 47 artiklar varav 32 i *Vi Föräldrar* och 15 i *mama*. Den näst största dimensionen utgjordes av tema 2 med totalt 20 artiklar varav 16 i *Vi Föräldrar* och 4 i *mama*. Slutligen hade tema 3 13 artiklar varav 8 i *Vi Föräldrar* och 5 i *mama*.

4.1 Vi Föräldrar

4.1.1 Övergripande ramverk

Vi föräldrar genomsyras av sakliga och upplysande artiklar rörande barnets välbefinnande och hälsa. Artiklarna är pedagogiskt uppbyggda kring ett givet tema och domineras av experter som redogör för ämnet. Det följs vanligtvis av personifieringar där läsaren får möta en familj, som berättar om sina erfarenheter om t.ex. hur inskolningen på dagis gick till och hur inskolningen upplevdes. Intervjupersonernas yrken presenteras vanligtvis inte i reportagen, utan det är i egenskap av föräldrar som personerna intervjuas *inte* i egenskap av andra roller som yrkesrollen, kändskapet etc. Reportagen sammanfattas därefter av skribenten i punktform i en faktaruta, där vanliga problem presenteras med tips och råd om hur de kan lösas. Reportagen är långa, uttömmande och erbjuder en fördjupad läsning. Ibland hänvisas till länkar till olika webbsajter för möjlighet till fördjupning. De artiklar som består av medicinska hälsobudskap och som har skribenten som enda källa (d.v.s. inga expertuttalanden förekommer) är faktagranskade av barnhälsoöverläkare. Detsamma gäller reportagen om t.ex. antroposofiskt inspirerade huskurer.

Det övriga ramverket består av reportage kring vuxenrelationer (partnern, svärföräldrarna vännerna) och föräldraroller (unga och/eller ensamstående föräldrar, mammor och/eller pappor, föräldrar från andra länder), föräldragrupper och jämställdhet. Vidare görs historiska tillbakablickar på t.ex. barnuppfostran. Likaså ingår konsumentupplysning, matrecept, resereportage, utomlandsreportage (svenska föräldrar som arbetar utomlands och hur barnomsorgen fungerar i olika länder), frågor till experter, läsarbrev. Till ramverket hör också reklam. Ibland diskuteras även familjepolitik, där olika politiska partiers ståndpunkter i en familjepolitisk fråga presenteras.

Bildspråket i *Vi Föräldrar* domineras av bilder på barn. Även bilder på barnfamiljer förekommer flitigt.

Tidningens bildomslag utgörs uteslutande av bilder på barn.

Omslag från Vi Föräldrar nr 3, 2010 reproducerad efter tillstånd från tidningen Vi Föräldrar.

4.1.2 Tilltal

Tilltalet i *Vi Föräldrar* uppmuntrar till ett delat föräldraskap i de artiklar, som behandlar barnets hälsa och omvårdnad. I rubrikerna och ingresserna är tilltalet indirekt genom det flitiga användandet av passiv form samt genom ett vi- och föräldratilltal, vilket exemplifieras i följande rubrik och ingress:

Så går dagisstarten som en dans!

Tanken på dagisstarten kan ge fjärilar i magen på både barn och föräldrar. Tänk att lämna det värdefullaste vi har till någon annan! Vi lät förskolelärare Hannah Andersson och Vi Föräldrars psykolog Malin Alfén ge sina bästa råd inför inskolningen.

(10/2010:21)

Tilltalet domineras av ett allmänt tilltal dvs. "föräldrar", "förälder", "ni", "vi", "barn", "era barn" och "man". Det direkta tilltalet som "du" och "dina" kan rikta sig till endera föräldern. En sådan läsning gynnas av det övergripande ramverket. Men vid en närmare granskning är artiklarna likväl kvinnodominerade. Artiklarna är oftast skrivna av kvinnliga skribenter och domine- ras av kvinnliga experter. När familjer intervjuas är det vanligast att mamman uttalar sig, trots att skribenten inbegriper båda föräldrarna i artikeln. Det sker genom att exempelvis använda både mammans och pappans för- namn (Laila och Tobias) samt "de" eller "föräldrarna" i brödtexten. Rekla- men i tidskriften som helhet har också en slagsida mot kvinnor. Förutom de mer "könsneutrala" produkterna som exempelvis barnprodukter (leksaker, barnvagnar), resor, huvudvärkstabletter, familjebilar, hälsoprodukter och kameror, finns reklam som vänder sig till kvinnor som t.ex. amningsbehåar, skönhetsprodukter för kvinnor, medel för svampinfektioner i underlivet etc. Reklam som vänder sig till den manliga publiken saknas t.ex. rakhyvlar eller skönhetsprodukter för män. Det nyss nämnda till trots så ges stort utrymme åt läsaren, utifrån det övergripande ramverket och tidigare erfarenheter, att själv dra slutsatser om vem som åsyftas i det direkta tilltalet. Ingen behöver därmed känna sig exkluderad.

4.1.3 Barnhälsorelaterade frågor

I *Vi Föräldrar* märks en tydlig skillnad i innehållet mellan år 2005 och år 2010. Nya avdelningar har tillkommit på bekostnad av de längre barnhälsorelaterade reportagen, som minskat med drygt en tredjedel jämfört med år 2005. Nya avdelningar som tillkommit är t.ex.:

- "Varannan vecka" (vänder sig till ensamstående föräldrar)
- "Hälsa & skönhet"
- "Föräldrarådet" (föräldrar ger råd till föräldrar som svarar på läsarnas frågor)
- "Barnhälsa"
- "Förskolan, allt om ditt förskolebarn"
- "Barn & utveckling".

De tre sista avdelningarna ovan består av korta artiklar och notiser, som på ett kortfattat sätt direkt eller indirekt berör ämnen som har med barnets förskola, utveckling och hälsa att göra. De varvas med statistik och kuriosas. Ibland förekommer även reklam. Notiserna är försedda med källhänvisningar. Den intresserade läsaren kan på så vis gå till källan och läsa mer och få en fördjupning. Det ger också möjlighet för läsaren att granska kvalitén i det som skrivs.

Till skillnad mot *Vi Föräldrar* från år 2005 som präglades av långa textbaserade artiklar är 2010 års utgåvor mer "snuttifierade" och fragmenterade i olika avdelningar med fler bilder. Layoutmässigt har tidningen blivit mer färgrik.

Tema 1 – Utveckling och beteende

Artiklarna tar upp idag vanliga frågor som föräldrar kan tänkas ha i relation till barnets utveckling; sömn, inskolning, trots, relationer, sorg, napp, blyghet, syskonsvartsjuka, kärlek mellan barn, självkänsla. Artiklarna domineras av expertuttalanden av utvecklingspsykologer, förskolepersonal, distriktssköterskor, barn- och föräldrapsykologer, socionomer, sömnforskare, jämställdhetspedagoger, psykoterapeuter m.fl. I de fall en familj är i fokus, berättar familjen om ett problem, som sedan kommenteras av

experterna. I dessa artiklar får läsarna bekanta sig med barnet genom föräldrarnas beskrivningar. Ibland förekommer direkta uttalande från barnet, som på så vis görs delaktig i berättandet och blir ett subjekt och en aktör och inte bara ett objekt. Artiklarna är långa och sträcker sig över många sidor. De är sakliga och upplysande. Reportagen handlar om hur man bemöter ett barn i olika utvecklingsstadier och (problem)situationer. Vanligtvis berättar experterna att det inte finns några universalmetoder för hur ett barn ska hanteras, det hela beror på var i utvecklingsstadiet barnet befinner sig och på barnets och föräldrarnas personligheter.

Ett problem som tas upp i artikeln *Dags att sluta sova middag* (7/2005:74–78) är hur man vänjer av ett barn från att ta en middagslur på dagis för att därmed kunna sova bättre på kvällen. Skribenten sammanfattar experternas uttalanden:

Hur lång tid det tar är svårt att säga. Dels varierar det från barn till barn, dels påverkas det av sådant som hur föräldrarna väljer att hantera det.

(7/2005:75)

Men som förälder är det viktigt att vara bestämd, tror en sömnforskare i samma artikel:

Jag tror det är nödvändigt att hjälpa till med rutinerna under dygnsrytmens utveckling. Jag tror att man får ta en fight, men med någon sorts känsla för om barnet behöver lång eller kort sömn.

(7/2005:75)

Experternas uttalanden är sällan tvärsäkra. De "tror", "funderar" eller "rekommenderar". De framhåller att det viktigaste är att föräldrarna är överens och tydliga med vad de själva vill och vad de själva prioriterar, med någon sorts känsla för barnets behov och personlighet.

I en annan artikel berättar ett par hur jobbigt det är att tjata på sina barn *Ja men, barnen lyssnar ju inte på mig...* (1/2005:26–28). I artikeln "funderar" en barn- och föräldrapsykolog över varför föräldrar tjarar:

Föräldrar känner sig tjatiga, men små barn struntar i om mamma eller pappa säger samma sak 10 eller 100 gånger, tror Malin Alfvén, som tolkar tjat som ett slags smörjmedel i barnuppföstran.

(1/2005:27)

I artikeln tydliggörs att experten tror och/eller tolkar utan att veta helt säkert. Experten tror att tjatet är en sorts kommunikation och ett av de få medel som står till buds för att få igenom föräldrarnas vilja eller för att tala om hur man som förälder vill att barnet ska bete sig. Experten menar vidare att "hur mycket vi tjarar på barnet handlar om personligheten, såväl barnets som vår egen, vi är olika lättstörda" (1/2005:27). Vad man tjarar om beror på prioriteringar. Föräldrarna har också en tendens att överföra det tjat som de själva lyssnat till som barn på sina egna barn. Experten råder föräldrar, som känner att det blir för mycket ibland, att tala med andra föräldrar om sin situation för att inse att de inte är ensamma om problemet. Att tala med andra, föräldrar eller personal vid BVC, menar experten ger nytt självförtroende åt föräldrar som börjat tvivla på sin förmåga. Man uppmärksammar barn på ett positivt sätt genom att uppmuntra barnet på de områden som barnet är bra på snarare än att fokusera på det negativa och tjata. Men inga metoder fungerar alltid – barnet vinner heller inte mycket på att ständigt bli smekt medhårs (ibid.).

Experterna menar sammanfattningsvis att det inte finns några enkla och självklara svar – utan det "beror på" – och då främst på familjesituationen. Detta innebär inte att svaren för den skull är slätstrukna utan snarare vägledande och lyhörda. Tydlighet och rutiner från föräldrarnas sida är något som förespråkas av experterna, dels för att göra dagen begriplig för barn och skapa trygghet, dels för att fostra och lära barnet de sociala koderna i olika sammanhang. Tydlighet och gränssättningar är särskilt viktigt i relation till det trotsande barnet. Men gränssättningar och regler ska också kunna omprövas: ".../ gränserna ska vara fasta, känslorna fria. Ett barn måste få vara arg, ledsen och glad – ha tillgång till alla sina känslolägen" (9/2005:34). Föräldrarna vägleds att hjälpa barnet att sätta ord på sina känslor, för att få barnet att utvecklas, genom att lära barnet att det finns många känslor förutom glad, ledsen och arg och därigenom un-

derlätta det sociala samspelet. Praktiska tips ges om hur man t.ex. kan besvara ett ilsket och trotsande barn: "/.../ jag ser att du är arg, det är helt okej. Du är rosenrasande och det är också helt okej, men du får inte slå din lillasyster och du får inte förstöra saker" (11/2005:65).

Artiklarna är pedagogiska och nyanserade. Praktiska tips ges för hur man som förälder kan hantera barnets känslor samtidigt som föräldern upplyses om hur man kan förklara och lära barnet känslövärldens många spektra.

Som förälder uppmanas man också att lita till sin egen förmåga, lyssna på sina barn och att inte ha dåligt samvete om man tror sig göra fel. Det går inte att vara perfekt jämnt menar man – perfekta föräldrar har barnet ingen nytta av eftersom barnet inte har så mycket att lära av sådana föräldrar. I en artikel, *Föräldrar ska vara sig själva* (12/2010), uppmanar en socionom och författare till en nyutkommen bok att "strunta i Nannyakuter, uppfodringsverktyg av typen timeout och ta metoder och generella expertråd med en nypa salt". Istället uppmuntras föräldrarna att bli "friare i sitt tänkande":

Varje barn är unikt, liksom varje förälder-barn-relation. Därför passar inte en metod för alla. Genom att följa råden som ges kan man kanske få ett lydigt barn, men barnet blir inte bemött utifrån den hon eller han är. Istället behöver vi fråga oss vad barnet vill när det skriker, gnäller, knuffas eller bits. Det handlar om samspel /.../ En annan viktig pusselbit är självkänedom: att få syn på saker hos sig själv. Hur man reagerar i olika situationer och vad man "går igång på". Då kan man bli uppmärksam på hur man brukar reagera, kanske pröva andra sätt och bli friare i sitt tänkande.

(Föräldrar ska vara sig själva, 12/2010)

Har man som förälder inte lust att leka, ska man vara ärlig och säga att man är trött eller vill läsa tidningen istället. Som vuxen kan man heller inte alltid vara konsekvent, menar olika experter i olika artiklar. I flera artiklar uppmanas föräldrarna att fundera på hur man själv var som barn för att dra lärdomar från egna erfarenheter, för att nå självinsikt och för att få bättre förståelse för barnets situation.

Sammantaget uppmuntras föräldern till "empowerment" (egen makt, ta makten över), att stärka såväl sin egen självkänsla som barnets och

finna en medelväg mellan barnens och föräldrarnas behov utan att ge avkall på tydligheten, som inte innebär att man strikt ska hålla sig till en förutbestämd plan.

Den förmodade läsaren antas vara den engagerade föräldern, som lever i ett parförhållande eller är ensamstående. Hälsofrågor som är relaterade till barnfattigdom i Sverige förekommer inte. Inte heller reportage om barn till homosexuella föräldrar. Däremot finns reportage om hur föräldrar som invandrat till Sverige från andra länder väljer att hantera vanliga förkylningar med hjälp av huskurer.

Tema 2 – Kroppsliga åkommor

De kroppsliga åkommorna, som behandlas i *Vi Föräldrar* inbegriper en stor mångfald av problem såsom vanliga barnsjukdomar, syn-, hörselnedsättning, brännskador, vaccinationer, astma/allergier, tänder, handikapp, obotliga sjukdomar och gomspalt. De fysiska åkommor som behandlas i artiklarna berör både sjukdomar som föräldrar själva kan behandla i hemmet, t.ex. förkylningar, och sådana tillstånd som kräver sjukvård och/eller medicinsk vård som vaccinationer, allergier, syn- och hörsselfel. Ett vanligt upplägg för dessa reportage är intervjuer med familjer, där föräldrarna berättar hur de upptäckte barnets symtom och hur symtomen yttrade sig i just deras fall. Expertisen ger ytterligare alternativa uttryck för symtomen eftersom de kan se olika ut och då de inte alltid är helt enkla att känna igen, särskilt inte på barn som ännu inte kan tala för sig själva. Synfel kan t.ex. enligt en specialistläkare komma till uttryck genom att barnet inte har ögonkontakt med föräldrarna, inte tar i saker och tittar efter dem, ögondarr, klumpighet eller att de sitter för nära TV:n. Samtidigt är barn av naturen lite klumpiga i takt med att de växer och utvecklas vilket försvårar upptäckten, menar experten. Det är inte helt ovanligt att symtomen upptäcks först vid 4-års-kontrollen på BVC. I dessa fall betonar experterna att man som förälder inte behöver ha dåligt samvete för att man inte har upptäckt ett "fel" tidigare (se t.ex. *Nu gillar Calle sina glasögon*, 7/2005:90–93).

I de fall där kroppsliga åkommor kräver besök hos sjukvården informeras läsaren om sjukvårdsrutinerna samt om möjliga bakomliggande or-

saker och hur man eventuellt själv som förälder kan lindra barnets besvär vid t.ex. allergier.

De vanligaste barnsjukdomarna, kräksjuka, feber, förkylning, vattkoppor m.fl., presenteras sällan i form av längre reportage utan snarare i form av översiktliga symtomscheman, som läsaren kan riva ut och spara. Här ges information om vanliga symtom, eventuella komplikationer, vad man själv kan göra och när sjukvården bör kontaktas, smittorisk samt när det är dags för barnet att gå tillbaka till förskolan (*Vi Föräldrar*, 2010). Inga uttalanden från experter finns i nyss nämnda artikel. Alternativa antroposofiskt inspirerade huskurer förekommer också i relation till de vanligaste barnsjukdomarna. I det senare fallet betonas dock vikten av att man bör undvika huskurer om barnet är mycket sjukt samt att läkare bör kontaktas ganska omgående om barnet inte kan behålla den vätska som ges vid t.ex. magsjuka (*Familjens bästa huskurer*, 2/2005). Båda artiklarna är faktakontrollerade av experter på barnsjukdomar. Att den antroposofiskt inspirerade artikeln i *Vi Föräldrar* är faktakontrollerad kan tolkas som att den medicinska kunskapen är överordnad den förra.

I de fall motstridiga uppgifter förekommer, redogörs det för olika experters ställningstaganden klart och tydligt som t.ex. i fråga om huruvida MPR- (mässling, påssjuka, röda hund) vaccinationer kan orsaka andra följsjukdomar som t.ex. autism och huruvida man bör eller inte bör vaccinera sitt/sina barn (*Dags att vaccinera* 10/2005:33–39). Majoriteten av de medicinska experterna är positiva till vaccinering. Argumenten mot att vaccinera sitt barn står en antroposofisk läkare för. På frågan om vad föräldrar ska göra svarar läkaren: "/.../ jag brukar säga att det är bättre med ett vaccinerat barn och lugna föräldrar än ett ovaccinerat barn och oroliga föräldrar" (ibid., 39). I anslutning till artikeln intervjuas föräldrar om hur de tänker göra. Vissa är tveksamma, andra har bestämt sig för att vaccinera barnen.

De fysiska åkommorna faller inom ramen för den medicinska diskursen, där läsaren också informeras om t.ex. vilka virus och bakterier, som ligger bakom en viss sjukdom. Den medicinska diskursen är överordnad alternativa metoder. De alternativa metoderna är faktagranskade, liksom de artiklar där expertuttalanden saknas.

Tema 3 – Aktivitet

I artiklarna förekommer tips på aktiviteter som man kan göra tillsammans med barn som lekar utomhus, lekar i trädgården, etc. Artiklarna kontextualiseras mot bakgrund av barnets utveckling och fysiska välmående. Leiken är viktig för utveckling av barnets motorik, det sociala samspelet och kreativitet. Den stimulerar fantasin och inte minst är den fysiska aktiviteten viktig för att undvika fetma, vilket ökat i takt med stillasittande framför allehanda medier, menar experterna. Barnen som är i fokus berättar entusiastiskt hur roligt det är och visar upp de poser de lärt sig vid yogapass för skribenten. Yogainstruktören berättar att det viktigaste är "att barnen har kul. Det grundlägger en känsla av att fysisk aktivitet är roligt" (1/2005:59) samtidigt som det ger utrymme för avslappning. Avslappning ska upplevas som lika skönt och positivt som rörelse. Förutom artiklar som endast redovisar tips på roliga lekar, finns artiklar som förklarar ingående varför det av olika anledningar är viktigt med fysisk aktivitet.

4.1.4 Diskussion

En stor del av rådgivning som ges föräldrar av samhället rör barnets utveckling. I en litteraturöversikt om rådgivning till föräldrar konstaterades att rådgivningen under den första hälften av 1900-talet präglades av instruktioner för hur man sköter barnets fysiska hälsa och välmående genom att hålla barnets omgivningar rena och fria från bakterier. Under den senare delen av 1900-talet skedde en betoningsförskjutning till att även inbegripa barnets sociala, emotionella och mentala hälsa (Clarke, 2010). Detta område är också det klart dominerande i föreliggande studie. Problemformuleringarna och lösningarna vad gäller barnets utveckling och beteende ligger inom ramen för den beteendevetenskapliga diskursen med fokus på det sociala planet och långt ifrån det behavioristiska synsättet såsom det formulerats av J.B. Watson:

No one today knows enough to raise a child. The world would be considerably better off if we were to stop having children for twenty years (except for those reared for experimental purposes) and were then to start again with enough facts to do the job with some degree of skill and accuracy. Parenthood, instead of being an instinctive art, is a science, the detail of which must be worked out by patient laboratory methods.

(Watson citerad av Smith, 2010:362; Hardyment, 2007:162)

Experternas inställning så som dessa presenteras i *Vi Föräldrar* ligger också långt ifrån den svenska folkhälsouppplysningsdiskursen under 1900-talets första hälft, som präglades av ett auktoritärt moraliserande och ett påtagligt uppifrån-ned perspektiv (Olsson, 1997; Hirdman, 2010). I stället är det ett aktivt och demokratiskt medskapande som numera förespråkas (Olsson, 1997). Hardyment (2007) som studerat metoder för barnuppfostran över tid menar:

Techniques of handling children have not made the steady progress towards improvement that some historians of childhood asserts, they have been tailored, sometimes attractively, sometimes unpleasantly, to suit the times /.../.

(Hardyment, 2007:360)

Vilka tankegångar har då präglat olika tidsepoker? Vilka normer återspeglas i *Vi Föräldrar*? Den behavioristiska inställningen passade 1900-talets första decennier. Perioden präglades av krig och ett annat politiskt, socialt och ekonomiskt klimat, synen på människan av rationella tankegångar (Hardyment, 2007). I Sverige skulle livet läggas tillrätta med hjälp av den sociala ingenjörskonsten. Tillrättaläggarnas legitimitet baserades på tron att de hade en särskild relation till kunskap – ett vetenskapligt alibi (Hirdman, 2010). Över tid kom expertsystemet och välfärdsstaten att kritiserats för att betrakta människor som ett enhetligt kollektiv med samma behov. Välfärdsstaten och expertsystemet kritiserades bl.a. från feministiskt håll för att reproducera patriarkala strukturer. Kritiken möttes upp med krav på frihet och empowerment som blev viktiga kulturella begrepp i sammanhanget (Dean, 2004).

Empowerment, förklarar Giddens (2005), är delvis en reaktion på att experternas kunskaper inte längre tas för givna. Istället sker ett återförvärvande av kunskap och färdigheter. Detta innebär också att expertkunskapen i högre utsträckning blir utsatt för kritisk granskning av lekmanen och blir en fråga om val. Vi kan välja att hysa tillit till expertkunskapen, men också att motstå eller att förhålla oss reflexivt till den förmedlade kunskapen och plocka det vi själva anser relevant. Empowerment och ett reflexivt förhållningssätt förefaller vara något som *Vi Föräldrar* uppmunttrar till, dels genom att tydliggöra, när experternas ståndpunkter går isär (se t.ex. *Ska små barn titta på TV* 4/2010), dels genom att läsaren uppmuntras till att finna egna uppfostringsmetoder (se t.ex. *Uppfinn din egen uppfostringsmetod* 12/2005) och att själv välja den expert som bäst passar föräldrarna utifrån en översikt som presenteras över vilka experter som för tillfället syns och hörs mest i medierna (*Vilken expert passar er bäst?* 13/2010). Dessutom tillskrivs föräldrarna förmågan att själva agera experter genom exempelvis avdelningen "Föräldrarådet", som finns för år 2010 där föräldrar tillåts agera "experter" och besvara läsarnas frågor. På så vis bli läsarna involverade i produktionen och antar både rollen som producenter och konsumenter av kunskap.

4.2 mama

4.2.1 Övergripande ramverk

En livsnödvändig tidning

Hej och tack för en underbar, livsnödvändig tidning! Jag har en son på drygt ett år och är gravid för andra gången. Vi är givetvis lika lyckliga och förväntansfulla denna gång, men jag är förvånad och lite ledsen över omvärldens reaktioner. Givetvis gratulerar alla, men samtidigt är de flesta mycket snabba med att tala om för mig hur jobbigt allt kommer att bli, hur mycket tröttare jag kommer att vara och så vidare. Självklart vet jag att det kommer att bli jobbigt med två barn, självklart oroar jag mig för hur det ska gå, men det behöver omgivningen inte tala om för mig. Det känns som om andra gången inte räknas lika mycket av släkt och vänner, något som sårar mig.

(Maria från Småland)

Svar från redaktionen:

Hej! Vi på mamaredaktionen förstår vilket underverk du går och väntar på. Vi skickar två mama-t-shirts, en var till dina båda barn.

(1/2005:1)

Maria i Småland bekymrar sig, i avdelningen "mamabrev" i magasinet *mama*, över att omgivningen inte är lika entusiastisk över hennes andra barn som över hennes första. Istället bemöts hon med varningar om hur jobbig vardagen kommer att bli med två barn. Den förväntade reaktionen, "glada uppmuntrande tillrop", uteblir från omgivningens sida varpå mama-redaktionen visar sin förståelse och bekräftar Marias tillstånd som gravid genom att förstå "vilket underverk" Maria "går och väntar på" samt genom att pigga upp henne med "mama-t-shirts". Thomson, Kehily, Hadfield & Shape (2011:59) menar att kvinnor numera uppmuntras till att utveckla en narcissistisk relation till det gravida självet. Självupptagenhet

och föreställningen om att allt handlar om *mig* presenteras som en självklarhet i de moderna kvinnomagasinen som behandlar graviditet (ibid.). Den gravida kroppen synliggörs och representeras nuförtiden i offentligheten som något som bör firas och uppmärksammas på ett positivt sätt (Thomson *et al.*, 2011:58).

Kanske är det bekräftelsebehovet som gör att tidskriften blir "livsnödvändig" för Maria, för att få just den positiva uppmärksamhet, som hon upplever att hon förtjänar i sin roll som mamma och gravid? Thomson *et al.* (2011:85) menar att den allstädes närvarande kändiskulturen bidrar, utöver tidskrifterna med glättat omslag, till synliggörandet och estetiseringen av modersrollen och den gravida kroppen, i vilka kändisarna intar de förebildliga huvudrollerna.

BONNIER TIDSKRIFTERS

17 EXTRA SIDOR FÖR DIG SOM ÄR GRAVID!

mama

GRY FORSSELL:

"Vi gick i terapi när vi väntade Nikki"

Mamma Gry, 37,
Vincent, 7, och
Nikki, 1.

COOLA NER DIG, MAMSEN

– så får du en lugn semester

HEJ REGNBAGSFAMILJ!

Mamma+mamma+bebis

Måltid = bråktid?

Vi har lösningarna!

**FINT I LEKSTUGAN
PÅ NOLLTID**

**Koppla av
med tidningar
i sommar**

tidningar för dig

*Men hallå – vart
tog bröstet vägen?!*

17 sidor GRAVID & BABY special

➤ LÄMNA MIN MAGE IFRED! ➤ GODASTE GRAVIDMATEN

➤ ALLT OM AMNING, FOGLOSSNING & TRÖTTTHET

➤ VISST ÄR DU VÄRD EN KRYSTPRESENT!

+ Sötaste sakerna för din lilla bebis

nummer 8 juli/avg 2010
45 kr inkl moms
Finland € 7 Norge 55 nok
www.mama.nu

TIDSAM 0852 08

7 586083 204500

Omslag från mama nr 8, 2010 reproducerade efter tillstånd från tidningen mama.

Tidningen *mama* vänder sig till kvinnan i *egenskap av småbarnsmamma*. Förutom titeln *mama* talar även fotoomslaget (kändismammor med barn) och benämningarna på magasinets olika avdelningar om att tidskriften vänder sig till mammor:

- "mamasmart"
- "mamakoll"
- "mama.nu"
- "mamadagbok"
- "mamaskön"
- "mamabrev"
- "fråga supermama"
- "mama Emma" (krönika)
- "mamas & papas"
- "mama Carina" (chefredaktören har ordet)
- "mama vardagsakuten" etc.

Det ständigt återkommande prefixet "mama" leder tankarna till något som kan liknas vid en insocialisering i en "kult" eller en gemenskap. Ferguson (1983) beskriver i boken *Forever Feminine* hur kvinnomagasinen strävar efter att skapa och vidmakthålla "the cult of femininity" genom att reproducera bilden av kvinnor som en speciell och exklusiv grupp i behov av särskild behandling. Ferguson drar paralleller mellan kvinnomagasinen och aspekter av Durkheims kultbegrepp. Kulter har regelmässiga riter och ceremonier vars tillskyndare (i detta fall läsarna) regelbundet deltar i. Kvinnomagasinen handlar om så mycket mer än om kvinnan, menar Ferguson (1983). De handlar om femininiteten själv – som ett tillstånd, ett hantverk och en konst – och kräver instruktioner, träning och ständiga uppdateringar i konsten av att vara kvinna.

Det är främst mamman och livet som mamma som magasinet *mama* handlar om. Barnet utgör mer en central byggsten (ett objekt) i konstruktionen av mammaidentiteten än en egen individ (ett subjekt). Bilderna på barnen (mor och barn) bidrar främst till att definiera kvinnan i rollen som mamma. Mamman kan med Durkheims begreppsapparat betraktas som en

idol att dyrka. Det vardagliga upphöjs till en högre idealiserad nivå – det är speciellt att vara "mama". Varje år utses "årets mamas" som utmärkt sig på något sätt. "Årets mamas" består oftast av kändisar.

Mammavärlden – den privata sfären

Att vara mamma är en tillräcklig förutsättning för att vara med i "mama"-gemenskapen – den överskrider sociala, ekonomiska och individuella skillnader (Ferguson, 1983). I den mån sociala, politiska eller ekonomiska sfärer berörs i *mama*, så görs detta mycket kortfattat under avdelningar såsom "mamasmart" och "mamakoll". Avdelningarna utgörs främst av korta notiser bestående av några rader text. De kan behandla ämnen, som sträcker sig alltifrån föräldrapenning och sparande till statistik i aktuella ämnen, t.ex. antalet fattiga barn i Sverige. Världsbilden i *mama* utgörs i första hand av mammavärlden, i andra hand av kvinnovärlden och i sista hand av det övriga samhället.

Den offentliga sfären i de längre reportagen vinklas till den privata sfären och mot mammarollen. Annonserna är väl anpassade så att de knyter an till detta. Under avdelningen "Barnens hälsa" marknadsförs diverse produkter, som t.ex. ett trägolv med rubriken "Bamboo baby". Golvet sägs vara "hårt, men lent" och trendigt:

Det är inte bara starkare, hårdare och mer stabilt än många svenska träslag utan också miljövänligt, andligt och helt rätt enligt både Feng shui-läran och trendgurus.

(1/2005:85)

Andra exempel på vinklingen av produkter för att passa mammor är hårprodukter för "mammahår", som ofta försämras under amningen (12/2010:132–133). I resereklamen till New York kan man läsa att: "Nu kan du bli en riktig Sex and the City-mamma" (2/2005:74). Exempelen är många. Genom tilltalet men också genom vinklingar i det redaktionella och det kommersiella innehållet uppmuntras läsaren att tänka mer på sig själv och sätta sina egna behov i centrum.

Ovanliga och vanliga mamman

De längre reportagen i *mama* utgörs av intervjuer med kändismammor och "vanliga mammor", som har något att berätta och som avviker från det "normala". De "vanliga", icke-kändismammornas berättelser kan t.ex. handla om mammor som lyckats med sina karriärer på ett avundsvårt sätt (ofta i en metropol som New York) och lyckats kombinera familj med ett framgångsrikt yrkesliv. Det kan också vara mammor som t.ex. fått barn med autism, upplevt jobbiga graviditeter eller förlossningar, lesbiska mammor, mammor som inseminerat, mammor som valt att vara hemmafru, mammor med barn som avlidit. Genom att skilda aspekter betonas i det likartade upplägget av mammaberättelserna upplevs innehållet varierat trots dess repetitiva karaktär.

Kändismammornas berättelser skiljer sig åt, men berör alla på ett eller annat sätt livspusslet med relationer, barn, graviditeter, förlossningar och karriärer. Artiklarna fokuserar oftast på ett problem, som kändismammorna lyckats ta sig igenom och lösa. Det kan handla om skilsmässor, livet som ensamstående mamma, jobbiga relationer, hur man får ihop livspusslet med barn från olika relationer, egna sjukdomar som bulimi, den egna träningen och viktnedgången. Kändismammornas liv framstår inte direkt som rosenskimrande. De vanligast förekommande yrkena, som kändiskvinnorna har, är med ett fåtal undantag inom mediebranschen, t.ex. programledare, journalist (frilans), krönikör, författare, producent, egenföretagare samt fotomodell, musiker och skådespelerska. Gemensamt för dessa yrken är de oregelbundna arbetstiderna och att de alla ger en viss grad av flexibilitet. De brukar benämnas som de kreativa yrkena och betraktas numera som eftersträfvansvärda (Florida, 2004; Sennett, 2007).

I artiklarna belyses sällan den moderna kvinnans vedermödor ur ett vidare perspektiv eller bortom den privata sfären. I fokus står relationer och individens val. De kontextuella, samhälleliga, villkoren lyfts inte fram. Kändismammornas berättelser om livspusslets vedermödor har delvis, på ett övergripande plan, att göra med det flexibla yrkets karaktär och den arbetsmarknadspolitiska sfären. Arbetsmarknaden är mer konkurrensutsatt och organiseras i allt högre grad kring flexibelt arbete nu för tiden (Sennett, 2007), vilket förmodligen gör det svårare att skapa ett kontinu-

erligt ansvar i familjelivet (Plantin, 2003). De yttre förhållandena, som t.ex. arbetsmarknaden, påverkar familjelivets organisering och får konsekvenser på det privata planet. Å ena sidan blir arbetet friare, å andra sidan försvåras livspusslet (Plantin, 2003). Det är i spänningsfältet mellan den privata och den offentliga sfären, som livspusslet pågår. Lösningarna i artiklarna ges emellertid en privat vinkling. Till exempel beskriver programledaren Paula de Tilde, som är inne i sitt andra förhållande, att hon kommer att kämpa mer med relationen den här gången. Orsaken till att det förra förhållandet kraschade, menar Tilde:

... var nog att det är slitigt att ha barn, man är som ett företag, jag brukade kalla det för företaget familjen. Det är en period där man måste ägna sig åt det praktiska, lite fabrik, vem hämtar och lämnar.”

(5/2005:28)

Vidare berättar hon, att det inte är lätt från att ha varit uppe i varv (med det praktiska) till att plötsligt bli en ”harmonisk varelse” och ägna sig åt relationen. Livspusslets vedermödor – att få ihop det praktiskt rationella med det känslomässiga – går igen på olika sätt i reportagens berättelser.

Förnuft och känsla

I de västerländska samhällena har det sedan upplysningstiden funnits en spänning och distinktion mellan förnuft och känsla. Traditionellt sett har förnuftet (det manliga) varit överordnat känslan (det kvinnliga). Däremellan har en djup dikotomi skapats med två skilda sidor av oförenliga värderingar.

Den ena sidan tillskriver det feminina – det omsorgsfulla och det omhändertagande – den andra sidan positionerar det feminina i en mekanisk byråkrati och industriella processer som kräver logik, kontinuitet och anpassning till regler (Ferguson, 1983). När dessa två världar ska förenas blir det, som i Paula de Tildes fall och ”företaget familjen”, problematiskt. Renée Nyberg, programledare och egenföretagare, som också är inne i sitt andra förhållande, menar att hon numera är mer ”rädd om kärleken”. Hon beskrivs vidare vara ”en tjej med koll” som medvetet ”styr sin karriär” och som numera är ”affärskvinna” och ”grundare av det egna produktionsbo-

laget Kajak". Krocken mellan det rationella (förnuftet) och det omhändertagande (känslan) har hon löst genom att inte enbart låta verksamheten "styras av pengar" utan också av "omsorg". Renée Nyberg berättar att: "det står i vår affärsplan att vi vill veta när vår kollega Ullis har mens. Med den inställningen är det lättare att kombinera jobbet med privatlivet" (5/2005:28). Hur det hela fungerar i praktiken lämnas emellertid obesvarat i artikeln.

Ferguson (1983) menar att denna korsning mellan att tänka och känna skapar fler akuta problem för kvinnorollen än för mansrollen. Sedan Fergusons bok skrevs, har dock synen på manligt och kvinnligt förändrats. Ett nytt fenomen har också tillkommit det senaste decenniet – livsstilsmagasin för män:

In the past, men didn't need lifestyle magazines because it was obvious what a man was, and what a man should do, anyway. It is only in the modern climate, in which we are all aware of the feminist critique of traditional masculinity, and the fact that gender roles can and do change, that men have started to need magazines about how to be a man today.

(Gauntlett, 2008:179)

Papporna

De nya, manliga livsstilsmagasinen ger uttryck för en sökande mansroll och för hur mannen strävar efter att finna en ny roll i den privata relationssfären och den moderna världen (Gauntlett, 2008). I *mama* finns avdelningen "mama & papa" med kortare reportage om "papas". De "papas" som intervjuas har i likhet med kändiskvinnorna kreativa yrken. Även dessa reportage fokuserar på den privata sfären. Här får papporna ge sin syn på livspusslet, relationer, föräldrarollen, barn, pappaledighet, förlossningar och graviditeter. Ibland finns även längre reportage som t.ex. "papa-extra".

I "mama"-världen blir även "papa"-rollen feminiserad i meningen att han positioneras i den omsorgsfulla och omhändertagande sfären. När det manliga (logiska) positioneras i det förra (känslan) kan det t.ex. handla om att mannen efterlyser en rationell "sexmanual för män med gravida kvinnor" och en "fjärrkontroll" för programmering av den gravida kvin-

nans känslor, eftersom det annars inte är helt lätt att förstå de "små hormonmonstren" (5/2005:74).

Krönikorna som är skrivna av pappor tenderar att anamma ett "grabbigt" språkbruk, där graviditeten framstår som förbryllande och den gravida kvinnan som svårförståelig med alla hormoner i omlopp. I anslutning till de längre reportagen visas bilder på kända pappor med barn. Reklamen som vänder sig till pappor består av barnkläder, "pappa-plagg" samt längre modereportage med både barn och pappor, som är moderiktigt klädda. Dessa konsumtionsområden, som traditionellt vänt sig till kvinnor, varvas med reklam för tekniska prylar/hemelektronik och sköna fåtöljer anpassade efter männens behov. Den traditionella synen på mannen och pappan accepteras och reproduceras sålunda i somliga delar av tidningen men utmanas samtidigt av mer moderna föreställningar i andra delar. Papporna i krönikor och intervjuer framstår som engagerade och jämställda. De tar ut föräldraledighet och gör så gott de kan, även om det kan bli fel ibland.

Dubbla budskap

Den feministiska kritiken lyfter bl.a. fram diskussioner om att andra familjekonstellationer än den traditionella kärnfamiljen är möjliga. Den feministiska kritiken har vidare handlat om att frigöra kvinnan från hemmets och privatlivets inskränkta vrå, om arbete, utbildning, frigörelse, självförverkligande, valfrihet och kontroll (Dworkin & Wachs, 2004). Dessa föreställningar har kommit att alltmer "normaliseras" i det västerländska samhället. Jansson (2002) menar att medierna spelar en central roll i normaliseringsprocesserna genom att de bidrar till att reproducera föreställningar.

Mama bidrar till nyss nämnda diskurs genom sina reportage om t.ex. den homosexuella familjen (lesbiska), liksom i diskussionen av ämnen som berör adoption, insemination och jämställdhet. Likaså lyfts kvinnans och mammans valfrihet och självförverkligande fram, men på ett annat sätt än vad feminismen menat. Valfrihet, självförverkligande och att ge sig själv tid handlar i *mama* i princip om att arbeta mer både med sig själv och sin kropp – exempelvis den gravida kroppen.

Graviditeten har under tidigare generationer hört den privata sfären till. Den gravida kroppen i *mama* skildras utifrån inre och yttre aspekter. De inre aspekterna faller inom ramen för den medicinska diskursen, där det till exempel redogörs för fostrets utveckling i olika stadier och smärtlindringsmetoder. Vidare ges tips och råd om vad kvinnan som havande bör tänka på medicinskt och hälsomässigt. De yttre aspekterna behandlar kroppsformen och faller inom ramen för hälso- och skönhetsdiskursen. Reportagen varvas med läsarnas egna förlossningshistorier, reklam för "gravidmagar" (modekläder för gravida kvinnor), bebiskläder, barnvagnar och barnrumsinredning. Vidare instrueras läsaren hur man kan träna som gravid (se t.ex. specialnummer *mama gravidbibel*, 2010).

Den gravida kvinnan uppmuntras att ta hand om sin kropp såväl under graviditeten som efter för att bli av med de extra kilona och/eller för att återfå styrkan och balansen. *Mamas* egen "magmördarcoach" (5/2005:101) heter Olga och återkommer i olika nummer av *mama* (år 2010) som träningsexpert. Hon tipsar om övningar och kost för en välformad kropp. TV-kändisen Anna Anka berättar också i ett nummer (6/2010:150) hur man både kan vara "gravid och i form" och hur hon själv lyckades bli av med sina 7 kilon efter bara en vecka. I anslutning till intervjun lanseras Anna Ankas träningsbok.

Utöver artiklar om den homosexuella familjen och tips på hur man når bättre jämställdhet i vardagssysslorna förekommer även problematiserande artiklar, som lyfter fram de ökade kraven på den moderna mamman (3/2010:42–44). I ett nummer (12/2005:72–74) presenteras en internet-baserad undersökning genomförd av RAM (Research and Analysis of Media) om vad som stressar *mama*- medlemmarna mest. Undersökningen visar att kroppen och utseendet stressade mammorna mest. På delad andraplats hamnade arbetstider och relationen med partnern. Därefter följde barnens framtid och familjeekonomin. Trots förekomsten av kritiska artiklar och stora rubriker såsom *Coola ner, alla perfekta mammor – ni duger!* (ibid.,72), där tips ges hur mamman ska "coola ned", så bidrar tidskriften till att reproducera kraven genom magasinets repetitiva ramverk. Tidningens motstridiga budskap är något som också uppmärksammas av dess läsare i till exempel insändare.

Kändismammaskapet är ett återkommande tema med bilder på smala, snygga och moderiktigt klädda mammor med sina småbarn eller med välformade kulor på magen. Andra återkommande teman behandlar träning, kropp, inredning, matlagning, lyckade yrkeskarriärer, skönhet, modereportage, "gör-om-mig" reportage samt allehanda konsumtionsartiklar, som antas höra kvinnosfären till som hår- och hudvårdsprodukter, smink, produkter för hem, inredning och matlagning, spa-produkter, barnkläder, barnvagnar, barnmat, träningskläder, självhjälpsböcker, träningshjälpmedel, resor, produkter för barnvård etc.

Genom det repetitiva *mama*-ramverket uppdateras det moderna mammaskapet utifrån de ovan nämnda och återkommande teman, men samtidigt ges tips, i de problematiserande artiklarna, för hur man kan vara "smart-lat" genom att t.ex. "strunta i att visa upp ett vackert hem". Vidare betonas vikten av att arbetsdela: "in med papporna – dela, dela, dela på allt kring barnen". Läsaren uppmanas också att "genomskåda konsumtionspressen – du duger som du är" (12/2005:74). Å ena sidan lanseras en hipp mammaidentitet, å andra sidan förkastas densamma som en svåruppnåelig uppgift.

4.2.2 Tilltal

Så här beskriver chefredaktören tidningen:

Mama är en tidning som vill bjussa er härliga läsare på mycket peppande läsning, vardagslyx, glamourmamas och vanliga mamas sköna skratt och skilda insikter om livet som mamma.

(1/2005)

Chefredaktörens personliga stil i citatet ovan är karaktäristiskt för hur läsaren i kvinnomagasinen tilltalas. Ferguson (1983) beskriver det typiska tilltalet som personligt, stödjande, igenkännande, uppmuntrande, normativt och systerligt. Det personliga tilltalet syftar till att skapa en vi-känsla och en känsla av ömsesidighet och gemenskap. Det personliga tilltalet genomsyrar *mama*-tidningen, från chefredaktörens röst, över (kändis-)

reportagen till annonserna. I *mama* tenderar kändisar att omnämnas vid förnamn och paralleller dras mellan kändismammor och "oss" vanliga mammor för att skapa en exklusiv känsla av "vi" småbarnsmammor. Ett sådant exempel åskådliggörs i citatet nedan där det berättas om vad Victoria Beckham åt som gravid:

Victoria Beckham käkade hummer fem gånger om dan. Annars är vi vanliga mamas rätt lika stjärnmammorna när det gäller att bära och föda barn. De kräks och skriker – precis som vi!

(4/2005:14, bilaga)

I *mama* befästs kvinnans traditionella (underordnade) position och roll som huvudansvarig för barnens hälsa och omvårdnad. Med hjälp av instruktioner från experter instrueras hon i hur hon på ett effektivt sätt kan hantera barnets hälsa och omvårdnad, något som i den anglosachsiska litteraturen benämns som "intensive motherhood". Benämningen refererar till en mamma som är absorberad av barnets behov och ställer sina egna behov åt sidan. Benämningen hänvisar också till samhällets ökade krav på föräldrar att engagera sig i barnet, vilket i sin tur förutsätter "input", råd och tips från experter. Trots mammornas etablering på arbetsmarknaden, har de barnomvårdande kraven ökat. En på heltid hemmavarande mamma hade knappast kunnat leva upp till kraven, menar Thomson *et al.* (2011). "Intensive motherhood" hänvisar vidare till en stereotyp och idealiserad uppfattning av en vit medelklassfamilj som ofta förmedlas i föräldramagasinen (Thomson *et al.*, 2011; Clarke, 2010).

Kraven på föräldrarna har även ökat i Sverige. Plantin (2003:157) menar att samhällets "ökade fokus på barns välmående har ställt nya krav på föräldrarna att engagera sig i barnens skolgång, fritidsintressen och sociala liv". Plantin konstaterar vidare att de svenska männens engagemang i barnen ökat, om än inte lika mycket i själva hushållsarbetet. Trots att *mama* har en avdelning för "papas", där papporna porträtteras som engagerade i barnen förekommer de i bästa fall som en samarbetspartner, men det är mamman som ansvarar för barnets omvårdnad och hälsa. Det är också mamman som är i fokus för artiklarnas tilltal.

I magasinets strävan att skapa en "vi-mammor"-känsla tilltalas mammor explicit genom rubriker och ingresser. I exempelvis en artikel som behandlar barns trotsålder står det i ingressen "Mamma du är en BAJSKORV! Är du, liksom vi, utmattad av det ständiga tjafsandet i vardagen? Lösningen är enklare än du tror." (12/2010:178). "Du"- och "vi"-tilltalet är vanligt förekommande i ingresser och rubriker för att skapa en personlig relation till läsaren. Även om "mamma" inte förekommer explicit i alla rubriker och ingresser är den förmodade läsaren en mamma, eftersom det är magasinets klart uttalade målgrupp. Experterna i artiklarnas brödtext använder sig, med ett fåtal undantag, av ett könsneutralt språkbruk som "föräldrar", "förälder", "man", "ditt barn", "du" (kan betyda du mamma eller du förälder), "vi" (kan betyda vi mammor eller vi föräldrar) eller båda föräldrarna "mammor och pappor". Det är således upp till läsaren att dra slutsatser utifrån egna erfarenheter och utifrån den specifika texten vem som åsyftas. Trots det skapar kontexten i sin helhet den gynnade läsningen (Hall, 2003) att artikeln vänder sig till en mamma.

Den gynnade läsningen skapas för det första genom magasinets övergripande ramverk och tydliga "mamma-vinkling". För det andra genom att de specifika artiklarna adresserar en mamma i rubrikerna och i ingresserna genom "du" eller "vi-mammor"-tilltal, som i exemplet ovan. För det tredje tenderar journalisterna att väga upp experternas könsneutrala språkbruk i brödtexten i sin strävan att skapa en nära relation till läsaren i egenskap av mamma genom att bruka termer såsom "vi-mammor". Slutligen är, med ett fåtal undantag, experterna och journalisterna kvinnor och presenteras vanligen också som mammor. Artiklarna är uppbyggda kring ett hälsoproblem som ofta dramatiserats för att väcka uppmärksamhet och som antingen journalisterna eller läsarna själva förväntas ha erfärut i egenskap av mammor. Problemet kommenteras därefter av experter, som ger tips och råd om hur problemet bör hanteras. Artiklarna omges av korta intervjuer med bilder på mammor och barn, där mammor delar med sig av sina erfarenheter om hur de hanterat ett specifikt problem. I undantagsfall förekommer pappor som uttalar sig. Ibland förekommer bilder på hela familjen, men det är likväl mamman som uttalar sig. Hela kontexten kan med andra ord sägas vara "pro-mamma" (Sunderland, 2006).

4.2.3 *Barnhälsorelaterade frågor*

Hur ser då den omvårdande relationen i spänningsfältet mellan den moderna mamman och *barnet* ut i *mama*? För år 2005 fanns en särskild avdelning med rubriken "Barn och hälsa". Avdelningen bestod av blandade korta notiser, som direkt eller indirekt berörde barnens hälsa. Korta listor presenterades i punktform på några rader om hur man skall göra för att bäst förebygga virussjukdomar, hur man bemöter ett barn i trotsåldern, hur man hanterar morgonstressen, hur man förebygger och behandlar löss, hur man hanterar brännskador etc. I anslutning till listorna förekom även reklam på produkter, som bidrar till att avhjälpa problemet, t.ex. avlusningsmedel och specialplåster för brännskador. Andra produkter som marknadsfördes var tandkräm, massageoljor, barnschampo, solkrämer, solskydd för barnvagnar, gummistövlar m.m. Vidare presenterades i korta ordalag forskning och statistik som hade med barnets hälsa att göra. Exempelvis omnämndes det att näringsstudier visat att frukost är viktigt för att minimera risken för fetma, men också för att förbättra barnets prestation under dagen. Bilderna som dominerade bestod främst av småbarn av båda könen och reklamprodukter.

År 2010 finns inte avdelningen "Barn och hälsa" kvar. En ny avdelning har tillkommit som heter "6 till 12 år, tips, smarttänk och pepp för dig med lite större barn". En skillnad är också att reklamen begränsats till ett minimum, en annan skillnad är att bilderna på barn av båda kön ersatts av mammor med döttrar; kändismammor med döttrar eller fotomodellsliknande mammor med döttrar, som båda är moderiktigt klädda. Avdelningens innehåll är en blandning av olika notiser och kan behandla alltifrån barnets utveckling till statistik kring diverse ting som hur många familjer som reser på charter under höstlovet eller hur många barn som inte använder skoltoaletterna. Den innehåller också reklam och kuriosa.

Tema 1 – Utveckling och beteende

Majoriteten av de artiklar som berör barnets utveckling och beteende är inramade i en konfliktfylld kontext – ett stressigt "mammaliv". I artiklarna rådfrågas experter om hur man ska hantera olika situationer. Med hjälp av instruktioner från experter ges riktlinjer för hur man kan lära sig att han-

tera allehanda konflikter med barn som uppstår i olika situationer eller i olika utvecklingsstadier som t.ex. under trotsåldern, vid matvägran, dagisprocedurer som hämtning och lämning, konflikter med dagispersonal, morgonstress, syskonbråk, hur man får barnen att hjälpa till hemma, sömn, inför sänggående samt barnets relation till kamrater.

Rationalitet

Artiklarna som berör barnets utveckling och beteende är generellt sett instruerande utan att vara överpedagogiska. Mamman uppmanas att tänka på barnet som en unik individ med specifika behov. Mamman instrueras och uppmanas att på ett rationellt sätt *beforska* sitt barn för att nå en bättre förståelse av hur just hennes barn fungerar för att därefter vidta åtgärder med hjälp av råd från experter. Det rationella tillvägagångssättet åskådliggörs nedan i en artikel om matvägran. Artikeln inleds med följande konfliktfyllda rubrik och känslöbetonade ingress:

Måltid=bråktid

Det borde vara trevligt, men är den totala motsatsen. Måltider med barn som inte äter kan driva en mamma till vansinne. "Håll känslorna utanför och var så rationell som möjligt" tipsar psykologen.

(8/2010:140)

Barnpsykologen i artikeln menar att det inte finns "någon dunderkur som löser problemet för alla familjer". Det finns lika många orsaker till problem, som det finns familjer "därför måste alla hitta sin egen lösning". Detta får mamman hjälp med av experten genom instruktioner om hur man ska tänka och bete sig rationellt. Först och främst gäller det att "ta reda på fakta" genom att undersöka huruvida oron är befogad eller inte. Detta görs med hjälp av omgivningen t.ex. förskolepersonalen som kan upplysa om barnet äter bra eller dåligt och skolsköterskan som kan svara på om barnet ökar i vikt och följer tillväxtkurvan. Sedan handlar det om att "lära känna sitt barn" genom att observera dygnsrytmen och perioder av bättre och sämre matlust. Experten och barnpsykologen menar att det är en myt att barn äter när det är hungrigt och slår delvis hål på denna myt. Experten menar att det är en sanning med modifikation, eftersom

"alla som är hungriga vet att hungern efter ett tag går över", och tillägger att barnet dessutom inte alltid känner igen hungerkänslor – dessa kan yttra sig i magont eller huvudvärk. Vidare rekommenderas mamman att hålla känslorna utanför och att vara "så rationell som möjligt" och undvika vädjanden såsom "snälla en bit till", för att undvika ett känslomässigt spel. Det är också viktigt att förklara för barnet varför det är viktigt att äta, menar experten. Vidare uppmanas läsaren att göra om "middagen till en social trivselstund för att undvika ett laddat förhållande till mat". Att måltidsarbetet är en typiskt kvinnlig praktik inom vilken moderskapet utövas konstaterar Anving (2012) i sin avhandling *Måltidens paradoxer om klass och kön i vardagens familjepraktiker*.

I artiklarna i *mama* betonas generellt att det är föräldrarna som känner barnet bäst samt att alla barn är olika och mognar på olika sätt. Med hjälp av riktlinjerna från experterna och intervjuer med andra mödrar kan mamman sedan välja lämplig metod som passar just hennes barn. I en artikel som behandlar sömn berättar "mamman och psykologen" att sömn är högst individuellt: "/.../ vissa sover hårt, vissa behöver känna att någon är nära och vissa vill ha tyst omkring sig, och så vidare" (*Hjälp...! Jag vill sova!* 4/2005:84). Expertens menar att inga metoder är mer rätt eller fel och att man bör anpassa metoderna efter de egna övertygelserna. Journalisten listar ett antal klassiska sömnknep och läsarna delar med sig av egna tips och råd.

Om trotsåldern står det att läsa "att välja sina strider handlar om att veta vad som är viktigt för dig själv och att lära känna ditt barn så att du vet vad som är viktigt för honom eller henne" (*Så slipper du vardagstjafset* 12/2010:178). De råd som ges av experten, en manlig barnläkare ("författare och åttabarnsfar") är att mamman kan föreställa sig tre korgar framför sig. I korg ett finns sådant som "mamma bestämmer" (som t.ex. har med barnets säkerhet att göra), korg två bestäms gemensamt "vi bestämmer" (förhandlingar lär också barnet att argumentera) och i korg tre "barnet bestämmer" (t.ex. klädval). Med hjälp av expertens riktlinjer om vad de olika korgarna bör innehålla och med hjälp av läsarnas egna erfarenheter om vilka strider de själva brukar välja, lämnas det åt mamman att fylla korgarna, att välja rätt korg och strid.

Man signalerar att man har tilltro till att mamman kan hantera allehanda "konflikter" med hjälp av vägledning från experterna. Texterna uppmuntrar mamman att pendla mellan egna observationer och experternas råd för att få "input", samtidigt som hon kan låta sig inspireras av andra läsaers erfarenheter för att slutligen finna en egen lösning. Barnet objektifieras till något som kan hanteras, beforskas och övervakas av modern på ett rationellt sätt. Vidare betonar experterna vikten av att föräldern försöker förstå barnet ur barnets perspektiv och att visa tålamod.

Organisering

Framförhållning, planering och organisering är andra råd, som ges av experterna för att reducera konflikter och den stress som medföljer konflikterna. Vissa artiklar fokuserar på hur man med enkla knep kan ligga steget före för att reducera konflikter, åter andra fokuserar på föräldrarnas, främst mammans, ständigt dåliga samvete och skuld känslor över att inte hinna med samt hur svårt det är att få vardagen att gå ihop. I följande exempel åskådliggörs de motsägelsefulla budskapen i en och samma artikel. Artikeln *Dumpa dagisstressen!* (10/2010:44–46) handlar om stressen kring lämning och hämtning på dagis.

I artikeln beskriver en *mama*-journalist hur hon stressar iväg till dagishämtningen. Hon räknar med att hinna med sina arbetsuppgifter på kontoret för att hinna hämta barnet i tid. Strax innan hon lämnar kontoret berättar chefen om en telefonkonferens vid fyra-tiden. Hon svarar att det inte är några problem, rusar iväg, tar taxi till dagiset och deltar via mobilen (i taxin) i telefonkonferensen. Hon tänker att när hon hämtar barnet ska hon vara "världens bästa och snällaste"... Väl framme vid dagiset inser hon att hon glömt det förberedda extra mellanmålet, när hon svär högt märker hon att hon glömt stänga av telefonen och fortfarande är uppkopplad till telefonkonferensen. I artikeln gör hon en historisk tillbakablick och tänker på sin egen mamma, som på sjuttio-talet gick i demonstrationståg och skanderade "Ropen skalla, daghem åt alla". Skribenten menar att den kollektiva barnomsorgen varit en förutsättning för att kvinnor ska kunna ta plats på arbetsmarknaden. "Faktum är att vi ska vara förbannat tacksamma över att överhuvudtaget ha en förskola att stressa

till". Skribenten menar att även om hon själv är väl medveten om hur man kan minska dagisstressen, ringer hon runt till läsare och experter för att få tips och råd om hur man kan reducera densamma.

Experternas (barnpsykolog och förskolepersonal) råd är att fördela ansvaret för att få hämtning och lämning att fungera, att lägga till marginaler, att vara i nuet vid hämtning och tillåta sig att ha barnets perspektiv, att stanna en stund på förskolan för att titta på vad barnet gjort, att inte fokusera framåt vid hämtning t.ex. på middagen, att förbereda frukost och väskor kvällen innan, att göra i ordning sig själv innan barnet väcks på morgonen och så vidare. Läsarnas tips går i princip i linje med experternas råd. Någon nämner att man kan jobba flextid och använda kvällen för att ta igen de arbetsuppgifter man inte hunnit med samt att skaffa sig kontroll över kalendern. Å *ena sidan* tipsas läsaren av skribenten via experternas råd om att ge sig tid med barnet att planera, organisera och boka in tidsmarginaler, å *andra sidan* är det inte helt lätt att hålla sig till det planerade schemat, vilket skribenten själv är ett tydligt exempel på. Trots att skribenten är medveten om hur man kan minska dagisstressen, har hon svårt att säga nej till telefonkonferensen, spräcker det planerade schemat över vilka arbetsuppgifter som ska hinnas med under dagen och lyckas glömma det förberedda mellanmålet. Detta speglar journalistens multipla roller, dels som skribent, dels som expert, men också som medlem i mammagemenskapen med vardagsbestyr och allt vad det innebär.

Enligt artiklarna faller det på mammans lott att organisera sig själv, göromålen och sin omgivning. När pappan förekommer i liknande artiklar är han den som tar emot instruktioner och någon som mamman fördelar arbetsuppgifterna till. Detta exemplifieras i citatet nedan, där en skribent beskriver hur hon planerat ett veckoschema, som sedan innebär förändringar. Skribenten omorganiserar och ringer sin partner under tiden som hon befinner sig på kontoret och jobbar samtidigt:

Klockan åtta i Eskilstuna. Det innebär att jag måste åka halv sju. Då måste David lämna båda. Men dagis öppnar ju inte förrän halv åtta och han ska vara på jobbet prick åtta /.../

– Kan du lämna båda imorgon? Jag måste sticka tidigt, ska till Eskilstuna
David suckar.

– Har du förresten fixat matsäck till Alicia, det är ju imorgon de ska ha utflykt.

David suckar igen. Det har han inte. Scriptan (på jobbet) ropar från interntelefonen och undrar om namnskyltarna är färdiga.

(...)

Tre minuter kvar till sändning.

– Glöm inte fixa matsäck då, säger jag till David.

(4/2005:77)

Tema 2 – Kroppsliga åkommor

I likhet med föregående avsnitt är de hälsorelaterade ämnen som diskuteras i artiklarna inte av allvarlig medicinsk art, med undantag av en artikel som behandlar autism. De flesta tillstånd kan med enkelhet hanteras av mamman i hemmet (Clarke, 2010). I en artikel om kräksjukan *Hjälp, nu är den här!* (12/2010:138–141) beskriver en chefsmikrobiolog vilka virusgrupper som ligger bakom kräksjukan, hur den smittar och hur den kan förebyggas och hanteras:

Bra mat, lugn miljö, gott om sömn och tillskott av näring som D-vitamin är en första bra bas. Vi glömmar också bort sömnen som är det mest centrala för återhämtning och vårt immunförsvar.

(12/2010:138)

En kostrådgivare berättar om vikten av att maten är fräsch och inte gammal samt om god handhygien där tvål och vatten fungerar minst lika bra som handsprit för att undvika smittspridning. Tips på hur man kan göra egenblandad vätskeersättning ges också. Experternas råd sammanfattas i form av en punktlista.

Barnets kropp behöver inte i första hand läkarvård hävdar Clarke (2010). I artikeln *Dagissjukdomarna anfaller* (1/2005:82) uppmanar jour-

nalisten Linda Skugge läsaren att inte åka till akuten så fort barnen är sjuka. Hög feber sägs inte vara farligt och läkarna kan inte göra något åt kräksjukan, säger Skugge. Vikten av att ge vatten betonas och att det finns risk för att barnet kan bli uttorkat vid täta och återkommande kräkningar, men "åk inte till akuten utan att ringa och få råd först", uppmanar journalisten (ibid.). Vad uttorkning innebär, hur uttorkning kan upptäckas och vilka konsekvenser en uttorkning kan leda till tas inte upp. Artikelns fokus ligger dock på hur en stressad och yrkesarbetande mamma på ett effektivt sätt kan hantera och förebygga dagissjukdomarna. När skribenten får reda på att den ena dottern kräkt på dagis, blir hon bestört "När har jag deadline? På fredag. Nej, nej, nej. Jag hinner inte, jag kan inte och i helgen är jag ensam också. Nej, nej, nej. Jävla skit" (ibid.). Journalisten ger också tips på hur man kan minska arbetsbelastningen kring kräksjukan för att få tid över till att jobba:

Jag brukar bädda in soffan med plastad frotté och handdukar och så lägger jag barnen där med en hink framför. Tidningspapper på golvet är bra. Rulla ihop mattorna. Sen sätter jag mig och skriver på min bärbara dator nära dem.

(1/2005:82)

Även om dagissjukdomarna framstår som odramatiska och lätthanterliga för experterna, framställs de som högst problematiska för den stressade och yrkesarbetande kvinnan som har deadlines att ta hänsyn till.

Det faller också på mammans lott att hålla barnets kroppsform i trim för att barnet inte skall bli överviktigt. Ett exempel som kan nämnas är en artikel där GI-metoden presenteras. Metoden passar hela familjen, menar skribenten – om "du" (som mamma) "är sugen på att öka hälsotänket kring köksbordet". GI- metoden innebär att ersätta de snabba kolhydraterna med långsamma. I artikeln listas vilka matprodukter som bör undvikas och vilka som bör användas. Det saknas kritik och alternativ rörande den omdebatterade GI-metoden. I en annan artikel i samma tidning kritiseras däremot medelklassens "kolhydratsfobi" (*Socker gör oss lyckliga*, 2/2010). En manlig journalist beskriver i en artikel, hur trött han är på dagisföräldrar som försöker påtvinga hans barn sina "matneuroser". Han

går till de snabba kolhydraternas försvar och barnens rätt att avnjuta en glasspinne, när födelsedagar firas på förskolan. I artikeln rådfrågas en dietist som bekräftar hans fördomar om medelklassens "kolhydratsfobi". Enligt dietistens erfarenheter tenderar barn ur de lägre klasserna att lida av övervikt p.g.a. alltför stort intag av snabba kolhydrater, medan problemen i villaområden tenderar att vara matvägran. Snabba kolhydrater kunde kanske i det senare fallet hjälpa matlusten på traven menar hon. Oftast är det inte innehållet i kosten som är problemet när barn utvecklar fetma, utan snarare mängden, framhäver dietisten vidare. Hon betonar också vikten av en ordentlig frukost liksom en varierad kost för att på sikt minimera risken för fetma.

Barnets kropp framstår i artiklarna i grunden som frisk och när det gäller mindre allvarliga medicinska problem kan barnet självläka med hjälp från mamman, vilket överensstämmer med Clarkes resonemang (2010).

Tema 3 – Aktivitet

Mamman förväntas inte bara vara "läkare" vid fysiska åkommor, uppfostrare, konflikthanterare, koordinator och organisatör för hemmets sysslor utan även lekledare:

MAMMA, JAG HAR INGET ATT GÖÖRA

Sommarlovet hägrar med sol, bad och äventyr – men lite större barn hamnar ändå lätt framför datorn eller tv:n "varför inte fixa eget OS, hemmaspa eller lådbilsrally", tipsar aktivitetsproffset Zarah Öberg.

(7/2010)

"Aktivitetsproffset" ger en mängd tips på hur man kan få "fart" på sommaren och "ladda tillsammanskontot inför vintern" och fylla dagarna med mer eller mindre krävande aktiviteter. Det kan vara alltifrån att tillsammans med grannar och släkt ordna ett flerdagars-OS som avslutas med prispall, nationalsång och medaljer till enklare utomhusaktiviteter. Ett annat "pysselproffs" ger 21 olika tips på hur man kan aktivera barnet den feberfria dagen när barnet "inte är redo för dagis, men för pigg att bara hänga i soffan" (*37-graders dagen, så blir den härlig!* 2/ 2010). I åter andra artiklar behandlas barnets fritidsaktiviteter och "aktivitetsstressen":

Aktiviteter – ett måste, eller?

Cirkusskola, yoga, konstlektioner, tennisläger, babysim... vad var det för fel på blockflöjt en gång i veckan? mama är vilse i aktivitetsstressen.

(3/2005:66)

Mama- skribenten beskriver sin förvirring och hur hon känner trycket från omgivningen, vars barn har fulltecknade aktivitetskalendrar, att aktivera sin 6-åriga son, som aldrig haft en aktivitet:

Och en dag satte Fröken upp en lista med alla barns namn där man skulle fylla i vilka dagar och tider ens barn hade en aktivitet. Max kolumn gapade ödsligt tom. På familjemiddagar stoltserade mina syskon med deras barns konstskolor, showdanser och teaterklasser – kusinernas aktivitetsschema tycktes späckad. Och nu var det visst inte bara en fråga om att röra på sig eller kanske spela blockflöjt. Nej, helst skulle man hitta något originellt som man kunde impa på de andra föräldrarna med.

(3/2005:66)

Efter ett antal misslyckade försök fann skribenten en aktivitet som sonen gillade, som imponerade på andra föräldrar och som gav henne en möjlighet att ägna sig åt att läsa en bok under tiden. Motsägelsefulla budskap förmedlas här till läsaren. Å ena sidan reproduceras idén om att barn bör aktiveras och sysselsättas, men inte av vilken anledning, där en rad lämpliga aktiviteter för barn presenteras, å andra sidan problematiseras "aktivitets-hysterin". I en artikel bekräftar en etnolog och barnpsykolog att barnens aktiviteter ökat markant. Barn-psykologernas råd i olika artiklar går i linje med varandra. De vanligaste råden är att utgå från barnets behov och intresse och att inte titta på vad andra familjer gör. Man bör vidare fråga sig vad familjen vill och orkar med. Förutom stress kan för många och ordnade aktiviteter skapa en svår övergång till att bli självständig och underminera barnets egen fantasi och kreativitet, varnar experterna (se t.ex. 2/2010 *När barnen ska... extra allt*).

Det är med andra ord inte helt lätt att navigera i spänningsfältet mellan experternas råd, det smörgåsbord av aktiviteter som presenteras i tidningen och mellan det igenkännande grupptricket journalisten skriver

om i föregående citat. Men det finns en lösning för varje problem. I detta spänningsfält erbjuder *mama* sina läsare *andra* aktiviteter eller snarare kanske anti-aktiviteter – yoga.

I artikeln *Yoga mamma, pappa, barn!* (6/2005:94–95) beskrivs den "senaste familjetrainingstrenden", som sägs ha blivit lika "vanligt bland mammor som kaffelatte". En yogainstruktör berättar i artikeln att "yogan är ett sätt att återhämta sig, lyssna inåt och lära sig prioritera det som är viktigt för en själv", inte minst för att vi i västvärlden är utsatta för så mycket intryck och "fladdrar så mycket här i livet". För barn innebär yogan en förbättrad koncentrationsförmåga. Det är också avstressande, samtidigt som det "inte är så prestationsinriktat som att vinna eller komma med i ett lag". Den kvinnliga skribenten berättar hur hon tillsammans med sin åttaåriga son en dag bestämde sig för att prova på ett yogapass. Hon ville ta reda på huruvida "yogatrenden kan rädda oss från våra stela vinterkroppar och ge oss ett andningshål i vårt stressade mamma-barnliv". Skribenten berättar vad som händer och sker under själva yogapasset. Skribenten själv föredrog meditationsdelen, som bidrog till "känslan av att ha kopplat bort ständiga frågor som "vad ska vi ha till middag?" "När är det deadline på nästa text?" "Glöm inte mammas 60-års present...!" ", medan sonen föredrog massagen. I anslutning till artikeln marknadsförs ett antal "sköna yoga-prylar" bestående av Yogabody för bebisar, te, doftljus och rökelse.

För att lära sig att *vara* och koppla av, kan man sålunda boka in sig på ytterligare en aktivitet. För varje problem finns en lösning som ofta inbegriper kommersiella produkter och tjänster.

4.2.4 Diskussion

Smith (2010) observerar att vara förälder idag handlar om som så mycket mer i vårt senmoderna samhälle. Det handlar om att vara effektiv, tillgodogöra sig tekniker och färdigheter med hjälp av manualer och experter för hur barn ska hanteras, samtidigt som gamla mer spontana och intuitiva relationer mellan barn och vuxna går förlorade. Numera måste föräldrar lära sig färdigheter för att vara Supernanny, lärare och underhållare att man glömmer hur det är att intuitivt *vara* med barn. Betoningen ligger

snarare på att *göra* saker för barn. Effektivitet och prestation och ett tilltagande rationellt resonerande är det som kännetecknar föräldraskapet idag (ibid.). Smith menar vidare att en mamma idag knappast kan räknas som en fullgod medborgare om hon enbart ägnar sig åt moderskapsrollen. Bekräftelsen kommer först när hon yrkesarbetar och deltar i det offentliga rummet (ibid.). I feministiska teorier har jämställdhet, barnomsorg och kvinnans deltagande i yrkeslivet och i det offentliga rummet förespråkats, men det saknas teorier om hur man både kan vara feminist och mamma (Johnston & Swanson, 2003; Smith, 2010; Thomson *et al.*, 2011). Det finns en tilltagande kritik bland yngre kvinnor, som menar att den feministiska kritiken försummat kvinnans familjeroll (Johnston & Swanson, 2003). Det är kanske i detta vakuum som *mama* fyller ett behov.

Diskurserna om den ideala mammarollen som den osjälviska och omvårdande mamman å ena sidan och den karriärinriktade och yrkesarbetande kvinnan å den andra har länge uppfattats som oförenliga (Johnston & Swanson, 2003; Miller, 2007). Samtidigt som den osjälviskt omvårdande hemmamamman har utmålats som osjälvständig, har den yrkesarbetande självständiga mamman som gör karriär i den offentliga sfären fördömts för att försaka sina barn (ibid.).

I *mama* försöker man kombinera den yrkesarbetande kvinnan som satsar på sig själv med den omvårdande rollen ("intensive motherhood"). Å ena sidan förmedlas en bild av att allt är möjligt; att vara framgångsrik yrkesmässigt, att ha tid för sig själv, att ägna sig åt sitt utseende, egna intressen, matlagning och inredning parallellt med att man på ett effektivt sätt kan organisera, arbetsfördela och hantera familjelivet och de barnomvårdande aspekterna. Å andra sidan tar man avstånd från de ideala föreställningarna som *mama* själv bidrar till att reproducera.

Som tidigare nämnts behandlas i flera artiklar omgivningens krav. Inom ramen för jämställdhetsdiskursen ges direkta tips och råd för hur man som kvinna och mamma tar sig ur olika kvinnofällor genom att t.ex. "arbetsdela mer med partnern", att "turas om att jobba deltid", att "skaffa vit städhjälp", att göra upp med "idealbilden av hur en perfekt mamma ska vara" etc. (se t.ex. *Jämställdhet, vart tog du vägen?* 6/2005). Samtidigt diskvalificeras det senare indirekt genom *meta-narrativet*, d.v.s. det repe-

titiva ramverket där kvinnan ständigt uppmanas och/eller inspireras till att arbeta mer med sig själv för att nå de högre idealen, vilket främst sker inom ramen för trend- och konsumtionsdiskursen.

Att å ena sidan förespråka ett beteende eller ett sätt att vara för att sedan förkasta detsamma antingen direkt eller indirekt skapar motsägelsefulla budskap eller s.k. "dubbelbindningar". Dubbelbindningar har egenskapen att potentiellt kunna framkalla skuldkänslor och känslor av otillräcklighet (Johnston & Swanson, 2009).

5. Avslutande diskussion

Ett tungt vägande skäl för att analysera magasinerna *Vi Föräldrar* och *mama* var deras stora spridning och räckvidd. De finns båda tillgängliga för besökare i väntrummen på mödravårds- (MVC) och barnavårdscentraler (BVC) över hela Sverige. Magasinen ges därigenom en legitimitet och trovärdighet när det gäller frågor som rör små barns hälsa som de flesta andra inte kan göra anspråk på. Barnavårdcentralerna gör sig därmed också till kanaler ("språkrör") för tidningarnas budskap oavsett om professionerna verksamma inom MVC och BVC tar avstånd från eller är positiva till innehållet.

Som mediekonsument bör man ha en viss kunskap om medierna och deras produktionsvillkor för att kunna värdera och kritiskt granska innehållet. När vi läser och försöker förstå *Vi Föräldrar* och *mama* är det således viktigt att förstå den genre inom vilken texten verkar. *Vi Föräldrar* är ett exempel på specialtidning och föräldramagasin. *Mama* beskriver sig själv som ett livsstilsmagasin, som riktar sig till kvinnor och kan därmed också betraktas som ett kvinnomagasin. Eftersom den dessutom riktar sig till kvinnan i egenskap av mamma/förälder kan man också sortera in magasinet under rubriken föräldramagasin. Dessa kategoriseringar får emellertid inte betraktas som absoluta.

De två magasinerna *Vi Föräldrar* och *mama* skiljer sig åt på flera sätt. De har emellertid i grunden en och samma målgrupp: föräldern – i *mamas* fall reduceras föräldern dock till att för det mesta gälla mamman, medan både mammor och pappor inkluderas i tidningen *Vi Föräldrars* målgrupp. Redan då tar man del av tidningarnas egna beskrivningar framgår dessa skillnader i målgruppen, men också tidningarnas strävan eller "mission".

Magasinet *mama* är ett peppande livsstilsmagasin som visar på möjligheterna i familjelivet. Det är ett modernt magasin som speglar hela mammatillvaron, allt från det viktiga och stora till det roliga och svåra som det innebär att få barn.

(www.tidningstorget.se)

Vi Föräldrar finns till för att du som nybliven förälder skall få trygg vägledning genom familjelivets stora frågor. Prenumerera på Vi Föräldrar för att läsa allt om den stora lyckan, men även om det som känns främmande och ovant. [...] En prenumeration på Vi Föräldrar gör rollen som nybliven förälder lite enklare med de råd och tips som du behöver!

(www.tidningskungen.se)

Om man jämför de två magasinerna med andra genrer inom journalistiken kan man säga att artiklarna i *mama* har drag från kvällspressen, vilken kännetecknas av dramatik, sensation, handlar om kändisar, anspelar på känslor och strävar efter att skapa identifikation med läsaren (Hadenius, Weibull, & Wadbring, 2008). Om *mamas* artiklar präglas av kvällspressens berättarstil så präglas tidningen *Vi Föräldrar* av de journalistiska idealens strävan efter neutralitet, saklighet och balans genom att t.ex. olika uppfattningar tydliggörs och olika röster kommer till tals (Hadenius *et al.*, 2008). Tidningarna fyller sannolikt olika behov hos sina läsare. Småbarnsmammans behov av förströelse och underhållning tillfredsställs troligtvis av *mama*, som erbjuder omfattande möjligheter till eskapism och flärd från kändisliv och trendrapporter, medan behovet av saklig information kring barnrelaterade frågor kan fyllas av *Vi Föräldrar*.

Olika målgrupper, syften och genrer får naturligt nog konsekvenser också för berättarstilen i respektive tidning. En sådan central skillnad ses mellan tidningarnas gestaltning av relationen till barnet. I tidningen *mama* spelar barnet en underordnad roll. Barnet framställs som ett föremål för andras handlingar, ett objekt. I *Vi Föräldrar* är däremot barnet (och dess hälsa) i fokus. Barnet tillskrivs en överordnad roll och kommer också själv till tals. Barnet levandegörs därmed som ett eget subjekt.

I barn- och hälsofrågor framstår *Vi Föräldrar* som informativ och upp-lysande. *Mamas* artiklar däremot ger ett ofullständigt intryck genom att *varför*-frågan i flera artiklar lämnas obesvarad. Även konsekvensbeskrivningar saknas i flera fall som t.ex. vad händer om ett barn drabbas av vätskebrist vid kräksjuka. I *Vi Föräldrar* är artiklarna faktagranskade av experter om skribenten eller journalisten författat hälsoreportaget på egen hand. Det samma gäller de artiklar som gör avsteg från den etablerade medicinska diskursen, vilket inte är fallet i *mama*.

I *mama* tycks skribentens egna erfarenheter av moderskapet räcka för att "agera expert" och ge läsarna råd om hur ett hälsoproblem kan eller bör lösas. De hälsorelaterade notiserna i *Vi Föräldrar* har källhänvisningar, vilket inte alltid är fallet i *mama*.

Om *Vi Föräldrar* vänder sig till den engagerade, kunskapstörstande och informationssökande föräldern och försöker besvara vanliga frågor som föräldrar kan tänkas ha kring föräldrarollen, familjepolitik och barnrelaterade frågor, så vänder sig *mama* till en vit småbarnsmamma i medelklassen, en storstadsbo, som också är engagerad i sin roll av att vara en trendy mamma och som föreställs vara i behov av instruktioner, träning och ständiga uppdateringar i konsten av att vara kvinna och mamma. *Mama* präglas av motsägelser eller dubbelbindningar. Å ena sidan förmedlas ideala föreställningar. Å andra sidan förkastas de ideala föreställningarna som *mama* själv bidrar till att reproducera. Men det är slutligen läsaren som avgör hur tidningen begripliggörs och huruvida det diskursiva trycket av motsägelser skapar verkliga dubbelbindningar.

När motsägelser förekommer i *Vi Föräldrars* texter, så tydliggörs dessa på ett annat sätt genom att själva motsägelsen identifieras, synliggörs och diskuteras av t.ex. experter som står för skilda uppfattningar. Men ytterst är det även här läsaren som får avgöra huruvida budskapen uppfattas som tydliga eller motsägelsefulla.

Att föräldraskapet är delat, i relation till de barnomvårdande aspekterna, framstår som mer självklart i *Vi Föräldrar* än vad det gör i *mama*. I tidningen *mama* görs tydliga och traditionella åtskillnader mellan "mamas" och "papas" i form av olika innehållsliga avdelningar. "Papa"-avdelningen är författad av manliga krönikörer och tenderar att ha ett

"grabbigt" (macho-) språkbruk. I *Vi Föräldrar* finns också krönikor skrivna av pappor, men de har inte egna avdelningar och det görs således ingen större affär av det.

I *Vi Föräldrar* uppmuntras ett delat föräldraskap genom tilltalet, där tidningen strävar efter att inbegripa båda föräldrarna, medan det direkta tilltalet i *mama* adresserar läsaren i egenskap av småbarnsmamma. Till exempel övergår *mama*-skribenternas självbiografiska livspusselberättelser i egenskap av yrkesarbetande mammor till att handla om tips och råd för hur en mamma på ett effektivt sätt kan hantera barn. När maktbalansen kring hemarbetet problematiseras i *mama* verkar familjens arbetsfördelning bero på dålig organisering och planering, varför tips ges för hur mamman kan arbetsdela och planera bättre. Ett vidare sociokulturellt sammanhang saknas, vilket ger ett intryck av att det hela handlar om individens tillkortakommanden.

I *Vi Föräldrar* förekommer inga självbiografiska berättelser från skribenternas sida. Artiklar som behandlar livspusslet är sällan förekommande, förmodligen för att tidningen är nischad till att handla om barn (hälsa/ohälsa/utveckling). *Mama* däremot tar ett vidare grepp och strävar efter att coacha och uppdatera en kvinna, som skiftat identitet till att bli mamma, på många fler områden (personlig utveckling, träning, inredning, diet, karriär, utseende, barn etc.). Graviditetsreportagen, kändisarna och utseendefixeringen lyser med sin frånvaro i *Vi Föräldrar*, däremot märks från år 2010 en ökad trendkänslighet i *Vi Föräldrar* t.ex. genom att reportagen blir kortare, nya avdelningar har tillkommit och mer konsument-trender rapporteras som inredningar, skönhet och hälsa, mode.

Yttre förhållanden i relation till familjelivet som t.ex. arbetsmarknaden och att allt fler yrkesgrupper börjat möta krav på större rörlighet i arbetet, större tillgänglighet utanför arbetstid och flexibilitet, som både begränsar och skapar möjligheter, berörs varken i *Vi Föräldrar* eller *mama*. Plantin (2003) menar att dessa förutsättningar skapar sämre möjligheter oavsett om man är man eller kvinna att skapa ett kontinuerligt ansvar i familjelivet. Det som istället lyfts fram i båda tidskrifterna är den fria och väljande individen som med hjälp av experter kan vägledas till att t.ex. välja de uppfostringsmetoder som bäst lämpar sig för den unika familjesituation-

en. I varken *mama* eller *Vi Föräldrar* förekommer artiklar i relation till ekonomiska förhållanden som t.ex. barnfattigdom – åtminstone inte de undersökta åren, 2005 och 2010.

Hänvisningar till äldre generationers kunskaper saknas också. Som läsare blir man hänvisad till BVC, internetlänkar, att tala med andra föräldrar och/eller mammor. Detta kan tolkas som att äldre traditioner och värdesystem inte längre gör sig gällande. I båda tidskrifterna tilltalas läsaren som en fri, väljande och reflekterande individ – en föreställning som, enligt Johansson (2012), numera uppnått en hegemonisk status.

Artiklar om kostens betydelse i relation till barnets hälsa var sällsynt förekommande i både *mama* och *Vi Föräldrar*. Det innebär inte att mat inte förekommer i tidningarna, för det gör det, i form av exempelvis recept och rapportering om trend-dieter (GI). När reportage om mat förekommer i *mama* handlar de bland annat om hur man kan hålla kroppen i trim (fokus på utseende), effektivisera matlagningen genom storkok (tidsbesparande åtgärd) eller så uppträder stjärnkockar som presenterar sina recept. I *Vi Föräldrar* redogörs det för recept på lämpliga familjemåltider med kostcirkeln i åtanke, men kopplingen mellan mat och hälsa görs sällan explicit i relation till förskolebarns hälsoutveckling.

I överensstämmelse med Sunderlands studie (2006) kan konstateras att genusaspekten inom föräldradiskursen fortfarande är relativt traditionell i de undersökta magasinerna. Trots att *Vi Föräldrar* strävar efter att tilltala såväl mamman som pappan, är artiklarna rörande barn och hälsa, kvinnodominerade. I *mama* reproduceras en konservativ uppdelning, dels genom de tydliga avdelningarna "mamas" och "papas", dels genom att magasinet exklusivt tilltalar föräldern som småbarnsmamma. Trots att föräldraskapets sociala praktiker förändrats på ett märkbart sätt så har de inte förändrats radikalt – åtminstone inte i de magasin som vänder sig till föräldrar. Sunderland menar:

/.../the representation and address of fathers in these "parenting" magazines are lagging behind actual, changing social practices. Of course ... more men may be willing to be full-time fathers than to read what they may perceive as "woman's" magazines.

(Sunderland, 2006:524)

Det är kanske mot nyss nämnda bakgrund som det nytukomna svenska magasinet *PAPPA magazine* funnit sin nisch. Magasinet beskrivs vända sig till "den moderna och engagerade pappan och människorna i hans närhet. Mannen som strävar efter att investera tid i sina barn, sina relationer och sin karriär" (www.pappamagasinet.se).

I föreliggande studie har mediebilden av föräldraskapet och barnhälsorelaterade frågor i Sveriges två största föräldramagasin diskuterats och problematiserats. Resultaten torde överensstämma med andra nordiska länder med tanke på ländernas kulturella närhet. Det finns en intressant och betydelsefull utmaning i att gå vidare och studera hur läsarna i realiteten uppfattar de studerade tidningarna. På vilka sätt används informationen i den vardagliga praktiken? Vem läser tidningarna och varför? Hur hanteras och görs de motstridiga budskapen meningsfulla? Är det samma individer som läser de tryckta versionerna som använder sig av tidningarnas webbsajter? Hur förhåller sig dessa diskurser till andra bloggar, sociala forum och elektroniska resurser för föräldrar på Internet? En lika relevant och intressant forskningsuppgift vore att studera det ovan nämnda *PAPA*-magasinet. Vilka föreställningar och diskurser förmedlas i ett magasin som vänder sig till pappor? I vilka avseenden överensstämmer och skiljer sig magasinet från det som diskuterats i föreliggande studie? Och kommer även *PAPA*-magasinet att finnas i väntrummen på mödra- och barnavårdscentraler?

Referenser

- Anving, T. (2012) *Måltidens paradoxer. Om klass och kön i vardagens familjepraktiker* (akademisk avhandling för filosofie doktorsexamen, Lunds Universitet).
- Clarke, J. (2010). The domestication of health care: health advice to Canadian mothers 1993–2008 in today's parent. *Family Relations*, 59, 170–179.
- Dean, M. (2004). *Governmentality, power and rule in modern society*. London: Sage Publications.
- Dworkin, S-L., & Wachs, F-L. (2004). "Getting your body back": Postindustrial fit motherhood in shape fit pregnancy magazine. *Gender & Society*, 18 (5), 610–624.
- Ekström, M., & Larsson, L-Å. (Red.). (2010). *Metoder i kommunikationsvetenskap*. Lund: Studentlitteratur.
- Ferguson, M. (1983). *Women's magazines and the cult of femininity*. London: Heinemann Educational Books Ltd.
- Florida, R. (2004). *The rise of the creative class...and how it's transforming work, leisure, community, & everyday life*. New York: Basic Books.
- Giddens, A. (1997). *Modernitet och självidentitet. Självet och samhället i den senmoderna epoken*. Göteborg: Daidalos.
- Gauntlett, D. (2008). *Media, gender and identity*. London: Routledge.
- Hadenius, S., Weibull, S., & Wadbring, I. (2008). *Massmedier. En bok om press, radio & tv i den digitala tidsåldern*. Stockholm: Ekerlids förlag.
- Hall, S. (2003). Encoding/Decoding. In V. Nightingale & K. Ross (Eds.), *Critical readings: Media and audiences* (pp. 51–64). Maidenhead, UK: Open University Press.
- Hardyment, C. (2007). *Dream babies. Childcare advice from John Locke to Gina Ford*. London: Frances Lincoln Ltd.
- Hirdman, Y. (2010). *Att lägga livet tillrätta*. Stockholm: Carlssons Bokförlag.
- Jansson, A. (2002). *Mediekultur och samhälle*. Lund: Studentlitteratur.
- Johansson, T. (2012). *Kändisfabriken. Identitet, makeover och kroppens tid*. Stockholm: Carlssons Bokförlag.
- Johnston, D., & Swanson, D. (2003). Invisible mothers: A content analysis of motherhood ideologies and myths in magazines. *Sex Roles*, 49, 21–33.
- Johnston, D., & Swanson, D. (2003). Undermining mothers: A content analysis of the representation of mothers in magazines. *Mass Communication and Society*, 6, (3), 243–265.
- Kvale S. (1997). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Lund: Studentlitteratur.

- Miller, T. (2005). *Making sense of motherhood. A narrative approach*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Möllerström, V. (2011). *Malmös omvandling. Från arbetarstad till kunskapsstad. En diskursanalytisk studie av Malmös förnyelse* (akademisk avhandling för filosofie doktorsexamen, Lunds Universitet).
- Olsson, U. (1997). *Folkhälsa som pedagogiskt projekt. Bilden av hälsoupplysning i statens offentliga utredningar*. Uppsala: Uppsala Universitet.
- Plantin, L. (2003). Mäns föräldraskap. I T. Johansson & J. Kuosmanen (Red.), *Manlighetens många ansikten – fäder, feminister, frisörer och andra män* (ss. 150–163). Malmö: Liber.
- Ringsberg K.C. (2013). *Nordiska Livsstilsverkstan – En modell för intersektoriell samverkan mellan föräldrar, förskola, hälsoväsende och forskare. Slutrapport* (TemaNord 2013:503). Köpenhamn: Nordiska ministerrådet. Rapporten är tillgänglig på www.norden.org
- Ringsberg K.C. (2013). *Nordiska Livsstilsverkstan – En modell för Intersektoriell samverkan mellan föräldrar, förskola, hälsoväsendet och forskare. Handledarguide* (TemaNord 2013:504). Köpenhamn: Nordiska ministerrådet.
- Sandberg, H. (2004). *Medier & fetma. En analys av vikt* (akademisk avhandling för filosofie doktorsexamen, Lunds Universitet).
- Sennett, R. (2007). *Den nya kapitalismens kultur*. Stockholm: Bokförlaget Atlas.
- Smith, R. (2010). Total parenting. *Educational Theory*, 60, (3), 357–369.
- Sunderland, J. (2006). "Parenting" or "mothering"? The case of modern childcare magazines. *Discourse Society*, 17, (4), 503–527.
- Thomson, R., Kehily, M.J., Hadfield, L., & Shape, S. (2011). *Making modern mothers*. Bristol: The Policy Press.
- Thompson, J.B. (1995). *The media and modernity. A social theory of the media*. Cambridge: Polity Press.

Internetlänkar

Svensk tidningsstatistik www.ts.se

Summary

The aim of this study was to compare, describe and analyze the way child health issues were represented in two best-read parenting magazines in Sweden, *Vi Föräldrar* and *mama*, in 2005 and 2010. All published issues of the magazines during these two years (total 54 issues) were part of the study. Twenty out of the 54 issues have been studied in detail to describe the comprehensive framework, layout and term of address. The magazines' content related to preschool children and child health has been analyzed. The empirical material consisted of 80 articles, of which 56 were published in *Vi Föräldrar* and 24 in the magazine *mama*. A discourse analysis of these articles was carried out and three different themes were identified: Theme 1 – Development and behavior (social, emotional and mental health), Theme 2 – Bodily complaints (physical health), Theme 3 – Activities (play, training, indoor- and outdoor activities). These themes served as the discourse dimension. The study shows that parents are depicted as free and competent individuals who, with the help of experts, can be guided to choose health related methods which suit the unique family.

The magazines portray parents' gender roles traditionally. Child health related issues are still a female (mothers) dominated area. In *Vi Föräldrar* the child plays a central role and is depicted as an independent subject who can speak out. The magazine's articles about child health are substantial and are close to the existing public health discourse in Sweden. In the magazine *mama* the child is objectified and plays a subordinate role in relation to the mother. The child is not an independent subject, he/she is an object, the mother's attribute. It is motherhood and mother's self-identity that are central. The magazine's content is characterized by double messages, i.e. contradictory messages. On the one side it pictures a perfect mother, on the other side it con-

demns the ideal as impossible to achieve which can undermine mothers' self-confidence. A child is something that can be handled effectively by a stressed working mother of small children.

norden

Nordiska ministerrådet

Ved Stranden 18
DK-1061 København K
www.norden.org

Medier och barns hälsa

Nordiska Livsstilsverkstan har utvecklats i ett projekt inom Globaliseringsinitiativet finansierat av NMR. Livsstilsverkstans huvudsyfte är att deltagarna skall skaffa sig kunskap om och förståelse av samband mellan livsstil och hälsa, hur det påverkar den egna, barnets och familjens hälsa samt att de reflekterar över hur man kan omsätta denna kunskap och insikt i praktiken. En förhoppning är att kunskapen skall föras över till barnen så att de på egen hand kan göra hälsosamma livsstilsval. Arbetet i Nordiska Livsstilsverkstan bygger på samverkan mellan sektorer; familjen, förskolan, hälsoväsendet, barnavårdscentraler, familjecentraler och forskare.

En viktig aktör är medier och hur man skall tolka deras budskap. I denna rapport jämförs, beskrivs och analyseras hur barnhälsorelaterade frågor representerades i Sveriges två största föräldramagasin Vi Föräldrar och mama åren 2005 och 2010.

TemaNord 2013:501
ISBN 978-92-893-2459-5

ISBN 978-92-893-2459-5

9 789289 324595