

TEXTANALYS AV MOTIONSARTIKLAR MED SÄRSKILT FOKUS PÅ
BESKRIVANDE ORD

Lotta Puttonen

Pro gradu-avhandling i svenska språket
Institutionen för språk
Jyväskylä universitet
Hösten 2009

TIIVISTELMÄ

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Humanistinen tiedekunta	Kielten laitos
Tekijä: Lotta Puttonen	
Otsake: Textanalys av motionsartiklar med särskilt fokus på beskrivande ord	
Aine: ruotsin kieli	Pro gradu –tutkielma
Vuosi 2009	Sivumäärä 49
<p>Tämän tutkielman tarkoituksena on selvittää, millaisilla adjektiiveilla naisten liikunnasta kirjoitetaan ruotsalaisessa naistenlehdessä. Materiaalinani on ruotsalaisen naisten muotilehti Feminan liikunta-artikkelit vuodelta 2008. Artikkeleita on kahdeksan ja ne ovat lehden viidestä eri numerosta.</p> <p>Metodina tutkielmassani on tekstianalyysin kolme osa-aluetta: tyylianalyysi, retorinen analyysi sekä funktionaalinen analyysi. Lisäksi tutkin liikunnan motiiveja ja sitä, miten ne tulevat liikunta-artikkeleissa esiin. Eryityisesti kiinnitän analyyseissäni huomiota adjektiiveihin, joista muun muassa tutkin kvantitatiivisesti liikunta-artikkeleiden yleisimmät adjektiivit. Adjektiiveihin luen tässä tutkielmassa kuuluviksi myös kuvailevat adverbit sekä partisiipit.</p> <p>Feminan liikunta-artikkeleissa käytetään adjektiiveja paljon ja monipuolisesti. Huomattavaa oli, että adjektiiveja käytettiin usein niiden vertailumuodoissa, jolloin ilmaisulle saatiin lisää intensiteettiä ja voimaa. Tämä voidaan tulkita sekä tyyllilliseksi että retoriseksi keinoksi vaikuttaa lukijaan. Muutoin tekstin tyyli artikkeleissa oli keskustelevaa ja lukijaa puhuteltiin ennen kaikkea ystävänä. Lukijan sinuttelu on myös osaltaan retorinen keino.</p> <p>Naistenlehden liikunta-artikkeleiden keskeiseksi funktioksi oli nähtävissä virikkeiden tarjoaminen ja inspiraation herättäminen. Tämä näkyi etenkin artikkeleiden aihevalinnoissa, jota korostettiin käyttämällä adjektiiveja, jotka herättävät lukijassa positiivisia assosiaatioita liikunnasta.</p>	
Avainsanat: tekstianalyysi, naistenlehdet	
Kirjasto/Säilytyspaikka: Aallon kirjasto	
Muita tietoja:	

INNEHÅLL

INLEDNING	5
1 BAKGRUND	7
1.1 Om begreppen idrott och motion	7
1.1.1 Idrott eller motion?.....	7
1.1.2 Den kvinnliga motionskulturen.....	8
1.1.3 Motiv för att idrotta	9
1.2 Damtidningars värld.....	10
1.2.1 Begreppet damtidning	10
1.2.2 Damtidningens korta historia	11
1.2.3 Idrott och motion som del av tidskrift.....	13
2 OM TEXTER OCH TEXTANALYS	15
2.1 Textens syfte och funktion	15
2.2 Språklig analys	16
2.2.1 Adjektiv	16
2.2.2 Particip	17
2.2.3 Adverb.....	18
2.3 Textanalys	19
2.3.1 Stilanalys	19
2.3.2 Funktionell analys	19
2.3.3 Retorisk analys	20
2.4 Motivanalys.....	20
3 TIDIGARE STUDIER	21
4 MATERIAL OCH METOD.....	23
4.1 Material	23
4.2 Metod	26
5 RESULTAT	28
5.1 Användningen av adjektiv i motionsartiklarna i Femina	28
5.1.1 De vanligaste adjektiven	28
5.1.2 Komparation.....	31
5.2 Textanalytiskt betraktande av beskrivande ord.....	31
5.2.1 Stilanalys	32

5.2.2 Funktionell analys	33
5.2.3 Retorisk analys	35
5.3 Motiv för att utöva idrott.....	37
5.3.1 Att friska upp sig och att slappna av	37
5.3.2 Natur och estetiska upplevelser.....	38
5.3.3 Kondition och hälsa.....	39
5.3.4 Viktkontroll och utseendet	40
5.3.5 Social upplevelse.....	41
5.3.6 Idrott som rutin.....	42
5.3.7 Praktiska skäl.....	42
5.3.8 Andra motiv.....	43
6 AVSLUTNING	44
LITTERATUR	46
BILAGOR.....	49

INLEDNING

Idrott och motion är viktigt för människan från både fysiologiskt och psykologiskt perspektiv. Idrott höjer fysisk kondition, förbättrar resistens och friskhet, skapar allmänt välbefinnande med mera. Information om motion och idrott fås från olika medier, också från tidskrifter. I själva verket kan tidskrifter vara en viktig informationskälla för många, eftersom de är lätta att få tag på och texten där ofta är mycket lättbegripligt – och inte minst i damtidningar. Vi läser om idrott i olika media och de sätt som det skrivs om fenomenet påverkar i sin del hur vi ställer oss till ämnet. Till exempel med val av adjektiv kan det skapas en viss bild av företeelsen.

I denna avhandling betraktar jag språket i motionsartiklar i en damtidning. Den damtidning jag studerar är en svensk dam- och modetidning Femina, som säger sig vara Sveriges största modetidning (Femina 2009). Att jag valde just en damtidning beror på att jag anser att texten i dem är ganska färgrik, och jag ville ta reda på om min uppfattning var rätt eller fel. Femina valde jag därför att den är en känd och väletablerad tidskrift med en stor upplaga och dessutom var den lätt att få tag i. Att undersöka en damtidning är intressant också därför att så många läser och tar intryck av dem. Mina studier inom idrottsvetenskap gjorde det naturligt att välja just motionsartiklar som undersökningsobjekt.

Varje media har något motiv att agera. När det är fråga om en modetidning som Femina, kan man tänka sig att motivet främst är att öka antalet sålda kopior och på det sättet göra så stor vinst som möjligt. Motivet påverkar till exempel vilka ämnesval redaktionen eller skribenten gör och hurdan bild av någon företeelse de skapar. När ett lämpligt ämne har blivit valt, är det inte helt oväsentligt med hurdan språk och med vilka adjektiv man skriver om det. Genom att använda vissa adjektiv kan skribenten få idrottandet att låta lockande och få läsaren bli intresserad av och inspirerad till det. I samband med texten används det särskilt i damtidningar mycket bilder och annan illustration. Dess betydelse och effekt som förmedlare av budskapet och värden kan inte förnekas. I denna avhandling tänker jag ändå inte analysera bilder närmare.

Att jag undersöker språket i motionsartiklarna betyder i detta fall att jag betraktar hur man använder adjektiv och adjektivliknande ord i texterna och hurdan effekt de skapar. Jag analyserar språket ur textanalysens tre synvinklar: stilanalys, funktionell analys och retorisk

analys (se t.ex. Hellspong 2001). Dessutom undersöker jag hur olika motiv att för idrotta som presenteras i litteraturen kommer fram i artiklarna. För att kunna genomföra analysen skriver jag i kapitel två om texters allmänna egenskaper och funktioner. Vidare redogör jag för begreppen idrott och motion samt damtidningar i kapitel ett. De begrepp jag kommer att presentera känns kanske givna, men egentligen är det nästan tvärtom. Speciellt begreppen motion och idrott är komplexa och ganska svårdefinierbara begrepp och de har vissa särdrag speciellt vad gäller den kvinnliga idrottskulturen. Likväl för att kunna förstå tidskriftens sätt att skriva och försök att påverka läsaren, måste man först förstå vad en damtidning är och vilka dess syften är. Likväl är det viktigt att förstå fenomen idrott och motion för att kunna bättre analysera sätten att skriva om det.

I denna studie inkluderar jag både particip och beskrivande adverb som adjektiv. För en idrottstext är det naturligt med många instruktioner och råd och i samband med dessa används ofta adverb. Därför vore det konstigt att låta bli att undersöka också dem.

1 BAKGRUND

1.1 Om begreppen idrott och motion

I detta kapitel redogör jag för begreppen idrott och motion. Jag koncentrerar mig på att behandla ämnet från en ”kvinnlig synvinkel”, det vill säga vad idrott och motion har betytt för kvinnor genom tiderna och hur den kvinnliga idrotten skiljer sig från den manliga idrotten. Dessutom skriver jag om de olika motiv som människor har för att utöva idrott.

1.1.1 Idrott eller motion?

Kårt barn har många namn, och det stämmer verkligen med ett av de viktigaste begreppen i detta arbete. Det har i många olika studier konstaterats att ordet idrott är ett mångtydigt begrepp (se t.ex. Halldén 1983, 3). Det kan talas om idrott, motion och sport, och ibland är det svårt att skilja dem från varandra. Nationalencyklopedin anser idrott som ”fysisk aktivitet som människor utför för att få motion och rekreation eller uppnå tävlingsresultat” (Nationalencyklopedin 1992, 347). Om man då jämför definitionen med vad det sägs om motion, ”aktivitet främst för att förbättra hälsa, fysisk kapacitet och välbefinnande” (Nationalencyklopedin 1994, 473), kan man notera att skillnaden inte är stor.

Enligt Halldén (1983, 3) kan idrott betraktas som fysisk aktivitet som utövas för att prestera bättre fysiskt. Man kan också tala om idrott som synonym för tävlingsförfaranden eller för ett ”pedagogisk-metodiskt begrepp som avgränsar andra kroppsövningar” såsom gymnastik eller dans. (Halldén 1983, 3.) Sportandet kan ske på olika nivåer; hobbyn kan till exempel vara tävlingsorienterad eller motionsidrott. (Heinilä 1977, 7.) Idrott betyder olika saker för olika människor och är också därför ganska svårt att definiera. Det kan ifrågasättas om till exempel promenader anses vara idrott (SCB 1989, 17).

I damtidningar talar man sällan om tävlingsidrott utan syftet med fysisk aktivitet är snarare allmänt välbefinnande. Det rätta begreppet i mitt arbete skulle därför enligt den ovannämnda definitionen vara motionsidrott. För enkelhetens och omväxlingens skull kommer jag ändå att tala om både idrott och motion i tillägg till motionsidrott. Jag tycker att det här är den enklaste

och tydligaste lösningen. Och som sagt, är det närmast en fråga om tycke och smak vilket ord man använder. När jag i min avhandling avser tävlingsorienterad idrott kallar jag den tävlingsidrott.

1.1.2 Den kvinnliga motionskulturen

Finns det något som kan kallas för damidrott? Finns det idrottsgrenar som tycks vara typiska för det kvinnliga könet? Vilka är de idrottsgrenar som kvinnor utövar mest? Till de här frågorna försöker jag hitta svar i detta kapitel.

Den kvinnliga idrottskulturen har en lång historia och det finns evidens att kvinnor har idrottat i alla samhällen. Tävlingsidrott var dock förbjudet för kvinnor i antikens Grekland. Senare ansågs idrott befrämja moderskapet medan männens idrott hade militära syften. I Sverige började kvinnor synas i tävlingar samt utöva gymnastik under 1800-talet. (Nationalencyklopedin 1992, 349.) Trots att kvinnoidrott har en lång historia, har idrott traditionellt ansetts vara för män. Ännu idag syns det här speciellt i tävlingsidrott, där damernas prestationer ofta tycks vara enbart en dålig version av männens prestationer, som Kokkonen (1995, 19) formulerar saken. Kvinnlig motionskultur har ändå utvecklat sig under de senaste åren och till exempel har sortimentet av de idrottsgrenar som kvinnor nuförtiden sysslar med expanderat ganska radikalt. (Kokkonen 1995, 19.)

Trots att även idrottsvärlden börjar bli mer jämställd mellan kvinnor och män, skiljer sig damidrott ännu i dag i viss mån från den idrott som män utövar. Enligt några studier (se t.ex. Laakso 1983, 3; Kokkonen 1995, 19) finns det inga stora skillnader i den omfattning som kvinnor och män idrottat. Men vad gäller idrottens karaktär, anses det vara kännetecknande för damidrott att idrott ofta utövas för rekreationens skull. Herridrott kännetecknas istället av högre grad av målmedvetenhet. Det finns mer män än kvinnor som idrottat väldigt intensivt. Damidrott är oftare nyttomotion medan män utövar idrott på fritiden. (Laakso 1983, 5-6.) En motionsform som tycks vara väldigt karakteristisk för kvinnor ännu idag är gymnastik i sina olika former. I Sverige har gymnastik och fotboll flest kvinnliga utövare. Idrottsgrenar som kvinnor dominerar med antalet utövare utöver gymnastik är konståkning och ridsport. (Nationalencyklopedin 1992, 349.) Enligt Statistiska centralbyrån (1989) var dock de populäraste motionsaktiviteter ibland kvinnor i Sverige gång-promenader, gympa och

styrketräning. I Finland var de populäraste idrottsgrenar bland kvinnor år 2002 gångpromenader, cykling och simning. Men om man skulle slå ihop instruerad gympa och hemgympa, skulle simning falla bort bland de tre populäraste grenarna. (Berg 2005.)

Kvinnlig idrottskultur har blivit en viktig del av hela idrottskulturen. Ett exempel på detta är att det idag arrangeras en hel del olika idrottsevenemang som är riktade enbart till kvinnor. (Nationalencyklopedin 1992, 349.) För att nämna några, är till exempel löpningsevenemang som Tjejmilen och Vasaloppets kvinnoversion Tjevjasan riktade enbart till kvinnor. Där är tävlingsmomentet inte viktigt. I stället värderar man ”rörelseglädje, välbefinnande och social samvaro, vilket anses vara ett uttryck för att kvinnoidrotten representerar en annan inställning än den traditionellt manliga” (Nationalencyklopedin 1992, 349).

1.1.3 Motiv för att idrotta

Med begreppet motiv avses ett behov som man har och som är inriktad till ett visst mål. Man kan till exempel ha ett behov att förbättra sin fysiska kondition, men behovet får människan nödvändigtvis inte att agera. Däremot när detta behov får människan att till exempel ta del i en gymnastikklass, blir det ett motiv för idrottandet. (Telama 1986, 152.)

Människor har olika syften och motiv för att utöva idrott. Vi alla har olika behov och vi njuter av och uppskattar olika saker. Därför har vi alla också våra egna personliga skäl att motionera. Telama (1986) har forskat i motiv att idrotta hos vuxna finländare och konstaterar att de psykiska påverkningarna av idrott och motion är det allra vanligaste motivet för att utöva idrott, speciellt för kvinnor. Han anser att den psykiska delen omfattar rekreation samt möjligheten att slappna av och glömma eller avreagera vardagens stress. Ett annat väldigt viktigt motiv för att motionera är att förbättra hälsan och att uppehålla eller förhöja sin fysiska kondition. Ungefär en tredjedel av alla idrottsutövare vill uppehålla eller förbättra konditionen och hälsan genom att utöva idrott. (Telama 1986, 155-163.)

Telama (1986) nämner också natur, estetiska upplevelser och -uttryck, fysisk ansträngning och tävlandet samt socialt umgänge som viktiga motiv. Socialt umgänge kan betyda bland annat det att man bevarar gamla och skapar nya sociala kontakter i idrottshobbyn. Samtidigt är idrott dock för vissa människor en chans att få vara ensam en stund. Emellertid motionerar

några av oss av praktiska skäl. De kanske cyklar till jobbet, eftersom de inte har bil att använda. Man får inte heller glömma att många av oss idrottar för att till exempel kontrollera vikten eller för att se bättre ut. Detta kan innebära till exempel att man vill gå ner i vikt eller omforma sin kropp. (Telama 1986, 156-167.) Jag anser att idag kan en del kvinnor också vilja idrotta för att få större muskler. För en läsare av en damtidning är större muskler stereotypiskt tänkt kanske ändå inte det sannolikaste motivet.

Motiv för idrott och motion kan variera efter kön, åldern och idrottsgrenen; hos kvinnor blir estetiska upplevelser framhävda medan män hellre vill anstränga sig och tävla mot andra. (Telama 1986, 156, 160, 165). Som sagt, har vi alla våra egna skäl att motionera och att försöka nämna alla de skälen vore om inte omöjligt så åtminstone onödigt. Därför har jag valt dessa ovanstående motiv som de mest centrala i mitt arbete och kommer att analysera dem i kapitel fem.

1.2 Damtidningars värld

Damtidningar är en speciell typ av tidskrift som har sina speciella egenskaper. Det är viktigt att förstå deras egenskaper och historia för att kunna förstå hela företeelsen bättre. I detta kapitel kommer jag att förtydliga begreppet damtidning och berätta om dess historia. Till sist granskar jag vad idrottens roll är i en damtidning.

1.2.1 Begreppet damtidning

Tidskriften kan definieras som ”periodisk publikation som utkommer med minst fyra nummer per år och som inte är av dagstidningskaraktär” (Hadenius & Weibull 1994, 127). En *modetidning* är en form av tidskrift. Modetidning är samtidigt också *damtidning* – den är alltså riktad till kvinnor. Andra slags tidskrifter är bland annat familjetidningar, specialtidskrifter, kundtidskrifter och hobbytidningar. (Pyykkönen 1996, 7.) Hadenius och Weibull poängterar dock att indelningar i olika grupper kan göras på väldigt många sätt.

Som namnet säger, är damtidning en slags tidskrift som är riktad huvudsakligen till kvinnor. Damtidning är dock ett flerdimensionellt begrepp. Både en feministisk publikation och en

modetidning hör till samma genre av damtidningar. Olika damtidningar kan skilja sig från varandra vad gäller till exempel innehållet och de målsättningar som förläggare gett dem. Det finns många olika typer av tidningar som är riktade till kvinnor och dessutom en massa varianter av dessa typer. (Töyry 2006, 207-209.) Malmberg (1991, 196) anser dock att tidskrifter kan kategoriseras på basis av målgrupp eller innehållet. Hon skulle dela in damtidningar i två kategorier enligt dess innehåll: generella tidskrifter och specialtidskrifter, men samtidigt påpekar hon att dessa två kategorier kan vara väldigt nära till varandra. Gemensamt för alla damtidningar är enligt Töyry (2006, 118) i alla fall det att för att nå framgång måste damtidningen behandla sådana ämnen som hör till kvinnornas vardagliga liv.

Damtidningar är och har varit ett mycket populärt forskningsområde. Det finns till exempel otaliga pro gradu –avhandlingar där man har använt damtidningar som primärt material (t.ex. Vekka 2008; Löflund-Kuusela 2005). Diskursanalytiska betraktelsesätt tycks ha varit populära speciellt inom humanistiska och samhällsvetenskapliga studieområden, men också andra slags analyser har gjorts. Enligt Töyry (2006, 208) har en aktuell forskningsfråga på sistone varit hurdana sociala, kulturella och ekonomiska egenskaper och behov kvinnliga läsare har.

1.2.2 Damtidningens korta historia

I Finland har bland annat Töyry forskat i damtidningar. Enligt henne föddes det på slutet av 1600-talet en så kallad feminiserad diskurs i populära tidskrifter. Till en självständig damtidning förvandlades diskursen senare på 1700-talet. I början var materialet skrivet av män men så småningom började det vara allt mer kvinnor inom publicerings- och skribentsidan. (Töyry 2006, 209.)

Enligt Shevelow (1989 refererad i Töyry 2006, 209) var förhållandet mellan skribenten och läsaren på 1600-talet främst faderlig och förvandlades sedan på 1700-talet till moderlig. I dag tilltalar damtidningen läsaren som sin väninna (Töyry 2006, 209). Trots att innehållen, stil och sättet att möta läsaren har kanske förändrats, har dessa tidskrifter ändå inte förändrats väldigt mycket under de senaste 400 år (White 1970 refererad i Töyry 2006, 210).

I Finland utkom de allra första damtidningarna på eget förlag och konceptet var hämtat utomlands. Ända sedan 1889 har det startat många nya damtidningar i Finland och många av de tidigare tidskrifterna var inriktad till medelklassen. (Töyry 2006, 210.) Utbudet av damtidningar tycks vara minst lika omfattande idag och det finns tidskrifter för olika ålder och med olika betoningar. Antagligen är trenden av samma slag även i Sverige, eftersom våra populärkulturer står rätt så nära varandra.

Enligt Hadenius och Weibull (1994, 124) publicerades det över 2 600 olika tidskrifter i Sverige år 1992. Det är en väldigt heterogen grupp av tidskrifter som har väldigt olika syften. (Hadenius & Weibull 1994, 124-126.) Det är sannolikt att antalet tidskrifter fortfarande har ökat ganska mycket under de sista 17 åren – tack vare den nya kulturen som uppmuntrar till individualism och således skapar en mängd nya trender och behov. Och tar man en titt på de tidskrifter som finns på hyllan i en affär, kan man lätt observera att antalet tidskrifter som är riktade till kvinnor är stor.

Damtidningar har betytt olika saker för kvinnor genom tiderna. Under krigsåren gav de praktiska råd och hjälpte kvinnor att hålla humöret uppe. Senare har de bland annat främjat kvinnors ställning i samhället. (Malmberg 1991, 282.) Malmberg (1991, 284-286) presenterar vidare åtta funktioner som damtidningar har. Först kan de ses som nyttotidningar som ger praktiska råd och således underlättar kvinnornas jobb att ta hand om hemmet, familjen, trädgården och sig själva. För det andra erbjuder de dagdrömmar och underhållning. Vidare kan de ses som ersättare av bristande sociala kontakter genom att berätta om kändisars liv och så tillfredsställa människans behov för nyfikenhet. Olika problemspalter har en terapeutisk roll, när läsaren antingen kan skriva anonymt om sina egna problem eller läsa om andras problem och så förstå att även andra människor har samma slags problem som hon. Malmberg anser att damtidningar också förstärker kvinnors självmedvetenhet. Man kan kanske ändå samtidigt fråga om damtidningar försämrar damernas självkänsla genom att illustrera de flesta artiklarna med bilder på kvinnor med perfekt kropp och felfri makeup?

Min egen uppfattning om bilder i damtidningens motionsartiklar var innan jag genomförde denna undersökning, att kvinnor i bilderna skulle vara vackra och deras kroppar skulle se väldigt vältränade ut. Vidare tänkte jag att de skulle ha trendiga kläder på sig. Min uppfattning stämde mestadels, men ändå inte fullständigt. Kläderna är nog trendiga och färgrika och trots att det i artiklarna talas om bantning eller om att omforma sin kropp, har

kvinnorna i bilderna perfekta kroppar. Det är också sant att i nästan varje bild har kvinnan ett vackert och entusiastiskt leende i ansiktet. Det finns dock ett undantag, nämligen i artiklar där det finns bilder på kändisar som idrottare som bäst eller som just har slutat med träningen. De grimaserar och ser svettiga och trötta ut. Visst kan man också se glädjen som idrott skapar. Dessa bilder är ett intressant undantag och jag tycker att de skapar en väldigt mycket mer trovärdig bild av idrott.

Malmberg (1991, 286) anser att damtidningar har även ett par mer samhällseliga funktioner. För det första kan de ses som samhällseliga opinionsbildare om bland annat kvinnornas rättigheter och jämställdhet, bara för att nämna några. Deras inflytande baserar sig på upprepning av samma tema och det lätta språk som de använder. Till sist nämner Malmberg damtidningar som arkiverare av förhandenvarande livsstil. Trots att Malmberg talar om finska tidskrifter är det ganska uppenbart att även de svenska motsvarigheterna har likadana drag.

1.2.3 Idrott och motion som del av tidskrift

Pyykkönen (1996, 8-9) delar in tidskrifter som skriver om idrott och motion i sex olika grupper: idrottstidskrifter, hobbytidskrifter, vetenskapliga tidskrifter om idrott, tidningar om jakt och fiske, hälso- och skönhettstidskrifter samt generella tidskrifter. Femina kan enligt min mening anses höra till antingen skönhettstidskrifter eller generella tidskrifter.

Trots att det finns en massa tidskrifter som har ägnat sig helt åt idrott och motion, förefaller det som att generella tidskrifter likväl har en viktig roll i spridningen av kunskapen om idrott som personligt hobby (Aikakauslehtien liitto 1993 enligt Pyykkönen 1996, 8). Det är ytterst sannolikt att även till exempel Femina är en viktig informationskälla om idrott och motion för många. Femina skriver om motion i nästan varje nummer, men längre artiklar finns det inte lika ofta.

Tidskrifter försöker göra en vinst. För att gå med vinst måste tidskriften säljas i tillräckligt många kopior och för att lyckas med det måste tidskriften locka människor. Vidare, för att kunna locka människor behöver man skriva om sådana saker och teman som är aktuella och som den stora allmänheten tycker är intressanta. Som Pyykkönen (1996, 10) påpekar, skulle hälso- och skönhettstidskrifter knappast skriva om idrott och motion om ämnet inte sålde bra.

Vidare konstaterar han att den ovannämnda underhållande funktionen emellertid kan förorsaka att informationen blir mindre djupgående och inte så trovärdig (Pyykkönen 1996, 10). Men å andra sidan kan man väl konstatera att för några kvinnor kan det vara en hög tröskel att köpa en riktig idrottstidskrift, och då kan till exempel Feminas motionsartiklar komma väl till pass.

Pyykkönen (1996, 6) delar min åsikt om att idrottstidskrifter är ett intressant forskningsområde. Man kan till exempel fråga vad syftet är med dessa tidningar, vem har nytta av dem och hurdan världsbild de skapar (Pyykkönen 1996, 6). Trots att damtidningar inte är samma sak som idrottstidskrifter, finns det samma intressanta frågor också i damtidningens motions- och idrottsartiklar. Man kan väl också tycka att det egentligen vore nyttigare att forska i just damtidningar, som brukar ha en mycket större publik än vanliga idrottstidskrifter. Intressanta frågor är till exempel om deras artiklar förmedlar pålitlig information och om de är trovärdiga eller inte, hurdan är idrotts- och motionsvärlden enligt dem och så vidare.

Enligt Pyykkönen (1996, 7) läser man tidskrifter speciellt då man vill koppla av eller behöver hitta information om någonting. Trots detta är tidskrifter inte väldigt nyttiga när man försöker hitta information om idrott och motion. Enligt en undersökning kan man hitta nyttig information om detta ämnesområde främst i TV (55 %) och morgontidningar (27 %) medan tidskrifter får dåligare procentsiffror (14 %) (Aikakauslehtien liitto 1993 enligt Pyykkönen 1996, 8).

Som andra tidskrifter som skriver om idrott, är man också i hälso- och skönhetstidningar oftast intresserad av en skön och vältränad kropp. Motivet för idrott och motion anses vara högre kompetens i parförhållande och motion kan ses som något slags lyx. Damtidningar är fyllda av romantik. Bilder i motionsartiklar är ett bra exempel på detta: makeupen är alltid i skick och träningskläderna är av det senaste mode. (Pyykkönen 1996, 16–17.) Detta syns också i motionsartiklarna i Femina. Trots att det talas om att det är bra om du blir andfådd eller svettig, syns det inga kvinnor i bilder som skulle se ansträngda ut. Mestadels finns det bara bilder på kvinnor som ler glatt.

2 OM TEXTER OCH TEXTANALYS

2.1 Textens syfte och funktion

En text kan betraktas från både fysisk och semiotisk synvinkel. Från fysiskt perspektiv kan vi konstatera att en text är ett kommunikativt verktyg som människor skapar för interaktion och som alltid har sin produktionshistoria. Med semiotiska egenskaper menas att en text är i form av några slags symboler (t.ex. skrift, tal, musik eller bilder). Oavsett i vilken form texten är, har den tre speciella särdrag: materialitet, formella relationer och betydelse. (Lehtonen 1996, 106-107.)

Varje text har något syfte. Texten vill kanske bara informera läsaren eller försöker starkt påverka honom eller henne att agera på ett visst sätt (Hellspong 2001, 99). Med språket och de språkliga val som man gör försöker man alltid att påverka – antingen medvetet eller omedvetet. Ingen text föds i tomrummet, utan den har sin tid och plats och skribentens värden, åsikter och världsbild påverkar texten. Genom sina ordval påverkar skribenten textens ton. (Niinistö 1997, 130.) I varje situation finns det otaliga sätt att uttrycka sig och till exempel valet av adjektiv kan förändra budskapet betydligt.

Niinistö (1997, 130-131) betonar journalistens roll som påverkare. Han anser att skribenten har väldigt mycket makt tack vare sin möjlighet att göra olika val. Jag anser dock att vad gäller tidskriftsartiklar kan man väl ändå tycka att det oftast är tidskriftens generella röst som hörs, inte en individs röst. Tidskriftens mål är att sälja så många kopior som möjligt och då finns det knappt rum för individuella tankar utan texten måste följa tidskriftens allmänna linje. Då är det alltså främst redaktionens röst som kan höras, trots att det förstås i sista hand är just en enskild journalist som skriver texten.

Niinistö (1997, 132) påminner om en annan viktig sak och hänvisar till Norman Fairclough (1989, 54) som har sagt, att det ibland inte är bara den stora allmänheten som blir indoktrinerad utan även journalister som kan göra språkliga val helt omedvetet och inte se denna indoktrinering. Det är bland annat de val av adjektiv som journalisten gör som berättar om journalistens (eller tidskriftens) attityder. Niinistö skriver vidare att adjektiv som används kan vara antingen väldigt starka, mycket neutrala eller någonting däremellan. De val som görs

påverkar också hur lätt, tung, seriös eller formell texten blir. Andra modala drag som påverkar textens ton är ordval och olika satstyper. (Niinistö 1997, 132-135.) Också Lehtonen (1996, 113) skriver om samma sak. Han konstaterar att textens egna egenskaper leder läsarens tolkning av texten, det vill säga textens struktur, lexikon och de bilder den innehåller leder läsaren mot en viss betydelse. Läsaren riktar alltså uppmärksamhet mot språkets detaljer, stil och det sätt man framför texten. (Lehtonen 1996, 113.)

När man talar om hur man kan påverka med texten, bör man också komma ihåg att det som man låter bli att säga, är väldigt väsentligt. Ofta kan det som inte sägs vara mer betydelsefullt än det som har blivit sagt. Niinistö (1997, 137) påminner också om kontextens betydelse när man tolkar text. Hon konstaterar att samma ord kan tolkas på olika sätt i olika kontexter. Dessutom är det ytterst viktigt att ta fasta på att när vi läser en text tolkar vi den alltid genom våra tidigare kunskaper (Lehtonen 1996, 116).

2.2 Språklig analys

I min undersökning har beskrivande ord dvs. adjektiv och adjektivliknande ord en central roll. Texterna som jag undersöker är av beskrivande karaktär, vilket bland annat betyder att det finns gott om beskrivande ord i varje artikel. I detta kapitel betraktar jag närmare vad som menas med adjektiv och vad dess funktion är i en text. I min undersökning har jag alltså inte nöjt mig med den traditionella definitionen av adjektiv, utan jag ser även andra beskrivande ord som adjektiv. Således är jag också intresserad av particip och beskrivande adverb, eftersom de båda har adjektiviska funktioner (se t.ex. Hultman 2003).

2.2.1 Adjektiv

Adjektiv används för att beskriva något eller någon. De betecknar egenskaper (t.ex. *vacker*) eller berättar till vilken art eller grupp något hör (t.ex. *socialdemokratisk*). Adjektiv förekommer tillsammans med substantiv och bestämmer dem. Adjektivet kan vara predikativt (*flickan är sportig*) eller attributivt (*en sportig flicka*). Ibland kan adjektiv bli substantiverade (*de fattiga*). (Jørgensen & Svensson 1987, 22.) Text kan förmedla sitt budskap utan adjektiv, men utan adjektiv blir texten väldigt tråkig och informationen blir oundvikligt ofullkomlig.

Genom att använda adjektiv mångsidigt, är det möjligt att skapa en livlig uppfattning om en sak eller företeelse. Ofta kan man använda många olika adjektiv för att beteckna samma egenskap men varje enskilt adjektiv har sin egen mening och innebörd. Det är därför jag anser att adjektiv är så lösnande att undersöka.

Adjektiv kongruensböjs, vilket betyder att adjektivet är beroende av genus, numerus och species av det substantiv som adjektivet bestämmer (t.ex. *ett grönt hus; tre sportiga flickor*). Det finns dock några adjektiv som är oböjliga (t.ex. *krävande*). Adjektiv kan också böjas för att uttrycka komparation. Komparationsformerna i svenskan är positiv, komparativ och superlativ. Positivformen används för att ange en viss egenskap utan jämförelse med andra medan komparativformen ”används när man vill ange att någon/något har en egenskap i högre grad eller högre utsträckning *än* någon annan eller något annat”. Superlativ däremot betecknar en egenskap som ”föreligger i högst grad hos någon eller något av alla till vilka egenskapen hör”. (Jørgensen & Svensson 1987, 23-24.)

2.2.2 Particip

Particip bildas av verb (Hultman 2003, 40). De kan ses antingen som verbform eller som undergrupp av adjektiv och de har huvudsakligen samma funktioner som adjektiv. Det finns både presens particip och perfekt particip. Skillnaden mellan dem är form och betydelse. (Thorell 1982, 146, 150.)

Presens particip kännetecknas av ändelserna *-ande* och *-ende* och de är oböjliga. De betecknar alltid aktiv verksamhet. (Hultman 2003, 40; Thorell 1982, 115, 149.) I Femina finns det några presens particip, till exempel *pulsförhöjande, stående* och *hängande*.

- (1) Övning två: Stå rak med armarna *hängande* utmed sidorna, en hantel i varje hand. (Femina 3/2008, 183)

Det finns mycket instruktioner i artiklarna. I dem beskrivs det bland annat hur man utför en rörelseserie eller en viss träning. Därför är presens particip ingen överraskande företeelse i artiklarna.

Suffixen *-d*, *-t* och *-dd* kännetecknar perfekt participet. Perfekt particip kan ha både presens betydelse (durativa verb) och perfekt betydelse (terminativa verb). Enligt Thorell (1982, 149) har perfekt particip ”passiv betydelse vid transitiv rektion (**Hotad frihet** = *frihet som hotas*. *En befriad stad* = *en stad som befriats*) och aktiv betydelse vid intransitiv rektion (*En gången tid* = *en tid som har gått*)”. (Thorell 1982, 115, 148-149.) I Femina förekommer det rätt så många perfekt particip, varav några av de mest frekventa är *avancerad*, *andfådd*, och *vältränad*. Bland de perfekt particip som finns i undersökningsmaterialet är det många som är ganska ovanliga, som i exemplet (2).

(2) Den *motståndsbaserade* träningen är funktionell med tredimensionella och naturliga rörelser. (Femina 9/2008, 188)

Många av de perfekt particip som förekommer i undersökningsmaterialet är sådana som är kännetecknande för idrottsspråket. Till exempel *andfådd*, *vältränad* och *motståndsbaserade* hänvisar till träning.

2.2.3 Adverb

Adverb är en sammanfattande term för väldigt olika typer av ord. Vissa adverb är av beskrivande karaktär och det är just de adverb som jag är intresserad av i denna undersökning. Adverb som är av beskrivande karaktär är adjektivs neutrumform (suffixet *-t*). De kan användas som adverbial. Då bestämmer de alltså verbet. (Hultman 2003, 42, 77.) Som Hultman (2003), kommer jag ändå inte heller se dessa t-former som adverb utan som adjektiv. Neutrumformer finns en hel del i mitt material – dels därför att det finns ganska mycket instruktioner i texterna, som exemplen (3) och (4) visar:

(3) Gör rörelsen *långsamt*. (Femina 3/2008, 184).

(4) Och att träna *stenhårt* och *målmedvetet* med blodsmak i munnen är inte heller aktuell (...).(Femina 9/2008, 186).

2.3 Textanalys

Textanalys är ett sätt att betrakta texten och dess egenskaper. Inom textanalys kan man välja många olika betraktelsesätt som till exempel stilanalys, funktionell analys, retorisk analys, genreanalys, komparativanalys, strukturell analys, läsbarhetsanalys och konstruktivistisk analys för att nämna några. (Se t.ex. Hellspong 2001.) För denna studie har jag valt de tre förstnämnda betraktelsesätt för analysen. I detta kapitel berättar jag kort om dessa betraktelsesätt och närmare behandlar jag dem i samband med resultaten i kapitlen 5.2 och 5.3.

2.3.1 Stilanalys

En text förmedlar ett budskap eller en tanke alltid på något särskilt sätt. Detta sätt kan kallas för stilen. Med hjälp av stilanalys kan man analysera texten från den synvinkeln hurdan dess stil är. Stilen är en viktig faktor i en text bland annat därför att den har retorisk effekt. Textens stil kan påverka starkt. Stilen kan vara till exempel vardaglig, formell eller högtidlig. (Hellspong & Ledin 1997, 47, 198.) Olika stilar kan skapas på många sätt. Ett stilistiskt medel kan till exempel vara att använda komparationsformer då texten får mer effekt (Cassirer 1979). Å andra sidan kan man till exempel tilltala läsaren med 'du' då blir stilen en mer vardaglig och intim (se t.ex. Hellspong & Ledin 1997).

2.3.2 Funktionell analys

Varje brukstext, som till exempel en tidskriftsartikel, har alltid någon funktion. I funktionell analys är man intresserad av att undersöka vilken eller vilka textens funktioner är och hur dessa framgår i undersökningsmaterialet. När man gör en funktionell analys är man alltså intresserad av vilka de medlen är som används för att förmedla textens funktioner till läsaren. (Se t.ex. Hellspong 2001.) Textens funktioner kan vara väldigt olika. En vill kanske enbart bjuda information, en annan vill möjligen underhålla läsaren och någon annan text försöker få läsaren agera på ett visst sätt.

2.3.3 Retorisk analys

Retorisk analys försöker ta reda på hurdan retorik som används i en text. Med retorisk analys är meningen att ta reda på de medel genom vilka skribenten försöker påverka läsaren och få honom eller henne agera på ett visst sätt. Varje text har ju något eller några mål – de vill alltid uppnå någon särskild och önskad effekt hos läsaren. Med hjälp av retorisk analys kan man också hitta eventuella fel eller brister som finns och som orsakar att den önskade effekten inte uppnås. (Hellspong & Ledin 1997, 12.)

2.4 Motivanalys

Olika motiv styr våra handlingar och påverkar hurdana val vi gör i olika situationer. Olika motiv är närvarande hela tiden i vårt liv. (T.ex. Telama 1986.) Vad gäller texter, kan de analyseras också från den synvinkeln hurdana motiv som ges för en viss företeelse i fråga i primärlitteraturen och motsvarande i sekundärlitteraturen. Man kan till exempel undersöka med hurdana adjektiv dessa motiv argumenteras och försöks göra mer lockande.

3 TIDIGARE STUDIER

Syftet med min undersökning är att redogöra för hur man skriver om idrott och motion i damtidningar. Jag är intresserad av att undersöka med hurdana beskrivande ord man skriver om idrott och analysera varför man har valt just dessa adjektiv. Syftet är också att ta reda på hurdan stil texten i motionsartiklarna har, vilken eller vilka deras funktion(er) är och hur de försöker påverka läsaren.

Damtidningar är ett mycket utforskat område. Det finns till exempel en hel del Pro gradu-avhandlingar som har damtidningar som primärt material. Samtidigt har också adjektiv i olika material undersökts i senaste år. Undersökningar om beskrivande ord i damtidningars idrottsartiklar har jag ändå inte sett en enda.

Löflund-Kuusela (2005) studerade uppfattningar om kvinnoidrott i två finska idrottstidskrifter. Som resultat blev det att det finns fyra olika uppfattningar om kvinnornas idrott och motion: elitidrott, utseendeidrott, välmåendeidrott och upplevelseidrott. Vidare konstaterade hon att varje idrottsuppfattning har sin egen prototyp som framställer idrottande kvinnan. Denna uppfattning innebär också ett antagande om vissa idrottsformer eller idrottsgrenar. Idrottandet har också olika betydelser och funktioner hos varje idrottsuppfattning. Vad gäller till exempel utseendeidrott är idrott verktyget för utseendet.

Vekka (2008) undersökte i sin Pro gradu-avhandling språket och närmare sagt rubriker i damtidningen Amelia. Hon koncentrerade sig på tempus, imperativ, frågor, negationer och artikelbruk i texterna men studerade inte beskrivande ord.

På sistone har adjektiv undersökts i till exempel platsannonser (Hendrell 2006), i bilreklamtexter (Pouru 2006) och i turistbroschyrer (Yrjölä & Yrjölä 2008). Pouru undersökte och jämförde språket och innehållet i svenska och finska bilreklamtexter och var intresserad av bland annat adjektiv i undersökningsmaterialet. Hon konstaterade att de mest frekventa adjektiven i det svenskspråkiga materialet var *ny*, *hög*, *modern* och *flexibel*. Vidare skrev hon att användningen av komparationsformer av adjektiv var ganska sparsam.

Det som tycks vara gemensamt för olika adjektivanalyser är att skillnaden mellan de två mest frekventa adjektivens förekomst i de olika undersökningarna är stor. Det allra mest frekventa adjektivet kan lätt ha tre gånger så många gånger förekomster som det näst mesta frekventa.

4 MATERIAL OCH METOD

4.1 Material

Som undersökningsmaterial i min avhandling har jag en svensk modetidning Femina och närmare sagt dess artiklar om idrott och motion. Jag analyserar åtta artiklar från fem nummer, vilka omfattar sammanlagt 19 sidor text och bilder. Alla artiklarna är från år 2008. Det fanns inte idrottsrelaterade artiklar i årgångens alla nummer.

För mig var det ett naturligt val att välja motionsartiklar som undersökningsmaterial. Jag har själv alltid varit intresserad av idrott och har i mina studier inom idrottsvetenskap haft möjligheten att betrakta fenomenet ur hur många synvinklar som helst. I studierna har jag ändå inte någonsin granskat damtidningar eller andra tidskrifter som förmedlare av information om idrott och motion. Jag tycker att det är synd, eftersom jag anser att de trots allt har en viktig roll som informationskälla om idrott för många kvinnor. Det finns åtminstone en tidigare undersökning om damtidningars motionsartiklar (Löflund-Kuusela 2005), men språket i dem har inte betraktats närmare. Riitta Pirinen (2006) har forskat om hur damidrottare representeras i damtidningar och i dagstidningar. Hon har emellertid inte forskat i för så att säga vanliga kvinnor utan riktiga idrottare. I tillägg till mina egna ovannämnda orsaker tycker jag alltså att också på grund av brist på tidigare undersökningar är mitt ämnesval viktigt och intressant.

Att välja Femina som undersökningsobjekt var likväl ett ganska lätt beslut. Den är en väletablerad och känd tidskrift med stor upplaga, vilket i sig betyder att den är intressant att undersöka. Dessutom var den lätt att få tag i, eftersom antagligen alla kommunala bibliotek i Finland prenumererar den.

År 1931 kom det första numret av Femina ut, som på den tiden var en handarbetstidning (Nationalencyklopedin 1991, 175). Under våren 1944 gjordes tidningen om till damtidning och det första numret av veckotidningen Femina kom ut. Trettioåttio år senare, år 1982, förvandlades Femina till en månadstidning efter en tid av negativ upplagetrend. Idag har Femina en upplaga mellan 110 000 och 145 000 exemplar per nummer. Läsare av tidningen sägs vara ungefär 230 000 stycken per nummer, varav cirka 88% är kvinnor.

Åldersmålgruppen sägs vara läsare mellan 25 och 69 år. (Femina 2009; Nationalencyklopedin 1991, 175.) Femina lästes redan på 1960-talet även i Finland (Malmberg 1991, 232).

Tidskriften Femina reklamerar sig själv som "Sveriges största modetidning" och dess centrala ämnesområden är mode, mat, inredning och trädgård (Femina 2009). I de flesta numren finns det också text om bland annat hälsa och motion, dock är det oftast bara små faktarutor och nyheter. Alla de texter som jag har valt för min analys är från tidskriftens hälsosidor. På Feminas hälsosidor skrivs det inte bara om motion utan också om till exempel matvanor och psykiskt välbefinnande. I min undersökning har jag valt enbart de artiklar som klart handlar om idrott och motion. Jag kallar de ändå inte hälsoartiklar utan hellre idrotts- eller motionsartiklar, eftersom de beskriver olika motionsgrenar och ger tips för idrottandet. De skiljer sig klart från de egentliga hälsoartiklarna där det talas nästan ingenting om idrott och motion.

Varje artikel består av både text och bilder. Trots att bilder är en viktig del av en tidskriftsartikel speciellt i damtidningar, är jag inte intresserad av att analysera bilder i denna avhandling utan koncentrerar mig på språket. Texten i artiklarna består av själva artikeltexten, olika faktarutor samt bildtexter. Alla dessa delar tar jag med i min analys. I tillägg till de "normala" artiklarna finns det en sommarbilaga i junimånadens nummer vilken innebär ytterligare åtta sidor text och bilder om idrott.

Nedan följer information om de artiklar som jag har tagit med i denna undersökning. Jag har här listat rubriken på artikeln, numret på tidningen, antalet löpord samt berättar kort om de ämnen som artikeln handlar om.

Fin form hemma, 3/2008, 1332 ord. Artikeln ger olika tips om hur man kan styrketräna hemma. Det finns också faktarutor om t.ex. bantning, rätt kost och motionens viktighet i allmänhet.

Roligaste träningen. Intelligent intervaller, 4/2008, 1008 ord. Artikeln berättar hur man kan med mindre tid få ut bättre resultat i idrott.

Simma skönt, snällt och effektivt, 6/2008, 507 ord. Artikeln ger tips om simning som hobby. Det presenteras också några tillbehör som man kan ha nytta av.

Cykla härligt, snabbt och miljövänligt, 6/2008, 532 ord. Artikeln berättar hur man kan träna med cykel. Också några tillbehör presenteras.

Promenera lätt, smidigt och gratis, 6/2008, 535 ord. Artikeln ger information om promenader som träningsform. Artikeln presenterar också nödvändig utrustning.

Dansa trendigt, lekfullt och kul, 6/2008, 438 ord. Artikeln introducerar dans som träningsform. Utrustning presenteras också.

Inte utan min PT, 8/2008, 1134 ord. Artikeln berättar om hur en personlig tränare kan hjälpa till med idrottsutövandet. Några kändisar och läsare som har en personlig tränare (PT) används som illustration och som kommentatorer.

Det är inne att vara ute, 9/2008, 1352 ord. Artikeln ger lite allmän information om idrott och introducerar några trendiga nya träningsformer.

Som synes, finns det artiklar från fem nummer och alla dessa nummer är från månader mellan mars och september. Man kan väl dra slutsatsen att ämnet motion betonas innan sommarmånader och kanske tanken här är att erbjuda läsare råd om motion för att kunna hinna hitta sommarformen. I början av hösten är människor däremot vanligtvis fullt av entusiasm och vill gärna börja någon ny hobby. Femina liksom också andra tidskrifter och media presenterar nya träningsformer under höstmånader. Feminas nummer från september som erbjuder information om olika nya och heta träningstrender är ett bra exempel på detta.

Det som är förvånande är att det finns inga motionsartiklar strax efter jul. Traditionellt är tidskrifter fylld med idrott och motion och olika bantningsråd efter helgerna då man har ätit gott och mycket. Man kunde tro att läsare skulle vilja uppmuntras att banta bort de kilon som fastnat på midjan under julen. Det andra märkvärdiga är att valet av idrottsgrenar i dessa åtta artiklar som jag granskar i min avhandling är ganska vanliga och till och med tråkiga i sin likhet. Idrottsgrenar som presenteras är mestadels antingen stereotypiskt kvinnliga (gympa, promenader, dans) eller några heta träningstrender. Dessutom är alla idrottsgrenar sommargrenar eller inomhusgrenar. Men som tidigare har konstaterats, måste tidskriften berätta om sådana ämnen som stora allmänheten är intresserad av. Antagligen är dessa ovanstående grenar sådana.

4.2 Metod

I min undersökning använder jag både kvantitativa och kvalitativa metoder, om än kvalitativt betraktelsesätt framhävs. För att kunna analysera språket och närmare sagt adjektiv i denna avhandling har jag samlat ihop alla de adjektiv som finns i de åtta motionsartiklar som utgör mitt undersökningsmaterial. Jag tar reda på vilka som är de mest frekventa beskrivande ord i materialet och hur många gånger de förekommer. Eftersom det är först kontexten som avgör vilken betydelse orden får, är jag förstas även intresserad av hur dessa adjektiv används i texterna. Kvalitativt analyserar jag vidare språket och närmare bestämt adjektiv ur textanalysens tre synvinklar: stilanalys, funktionell analys och retorisk analys. Jag har valt just dessa textanalysmetoder därför att jag tycker att de bäst passar till analys av sådana här tidskriftsartiklar. Om texters egenskaper och funktioner har jag skrivit i kapitlet två.

Dessutom analyserar jag adjektiv i Feminas motionsartiklar ur den synvinkel hurdana motiv man har för att utöva idrott. Jag är alltså intresserad av hur motiv för att idrotta kommer fram i texterna med hjälp av användning av adjektiv. Som bakgrundsteori för detta har jag Risto Telamas (1986) skrift om motiv för att idrotta. Verket är redan gammalt men sådana här motiv stannar rätt så oförändrade, och därför anser jag att informationen ännu är aktuell idag. Verket är också fortfarande ett av de mest citerade finska verken om motiv för att idrotta. Idéer för min analys av språket i motionsartiklarna i Femina har jag fått från Pro gradu-avhandlingen *Användning av adjektiv i turistbroschyrerna om Lappland* av Yrjölä och Yrjölä (2008). De hade lyckats bra med sin analys och när jag upptäckte att våra material påminner om varandra ganska mycket (båda material försöker t.ex. påverka läsaren och i båda finns det gott om beskrivande ord), ansåg jag att dessa metoder skulle passa i min undersökning också.

Man kan analysera tidskriftsartiklar på flera olika sätt. Tidskrifter och speciellt damtidningar är ett mycket utforskat område och man har använt väldigt många olika analysmetoder. I stället för textanalys kunde man likaväl göra till exempel en diskursanalys eller innehållsanalys (se t.ex. Winther Jörgensen 2000). Sådana analyser har gjorts en hel del (om än inte så många om motionsartiklar) och det är också därför jag ville välja textanalys som min metod. Jag ville också ta en närmare titt på motiv för att utöva idrott och på så sätt nyttja

mitt kunnande inom idrottsvetenskap. Det är därför jag valde att analysera olika idrottsmotiv i artiklarna och betrakta hur de kommer fram i texten i samband med adjektiv.

5 RESULTAT

5.1 Användningen av adjektiv i motionsartiklarna i Femina

I mitt undersökningsmaterial finns det gott om adjektiv. Texten är beskrivande så det är naturligt med många adjektiv. Antalet adjektiv varierar i olika artiklar mellan sex och tio procent. Enligt Hultman (2003, 76) är antalet normalt 5-10 procent, så i mitt material är mängden överraskande nog ändå inte större än normalt. I materialet finns det adjektiv både i rubriker, i den löpande texten, i faktarutor och i bildtexter. Det är anmärkningsvärt hur många adjektiv det finns i just rubriker. Förutom två artiklar finns det adjektiv i alla artiklars huvudrubriker. Genom att använda adjektiv får man lätt lockande och kärnfulla rubriker.

5.1.1 De vanligaste adjektiven

I de artiklar jag granskar finns det alltså en hel del adjektiv. I alla artiklar tillsammans finns det 233 olika adjektiv och totala antalet adjektiv är 529. Användningen av adjektiv känns rik, trots att det ibland finns också mycket upprepning av samma adjektiv. De flesta av de mest frekventa beskrivande ord i min analys kan också hittas på listan av de mest frekventa adjektiven i svenska språket (Allén 1971). Det är enbart det vanligaste adverbet *bra* som inte finns på Alléns lista. Det kan dock förklaras med det att på Alléns lista står positivformerna och komparationsformerna skilda medan i min undersökning omfattar grundordet alla dess böjningsformer. Om Allén hade gjort sin undersökning på samma sätt, skulle också ordet *bra* finnas bland de vanligaste adjektiven. I Tabell 1 finns det de vanligaste adjektiven från både min egen undersökning, från Yrjöla & Yrjölas undersökning om turistbroschyrer samt från Alléns forskning.

De vanligaste adjektiven i Feminas motionsartiklar år 2008 (st)		De vanligaste adjektiven i turistbroschyerna (st)		De vanligaste adjektiven i svenskan (Allén)
bra	36	stor	50	stor
stor	13	olik	31	ny
olik	12	gammal	28	själv
snabb	10	bra	26	svensk
kort	10	god	26	hel
rolig	10	lång	25	liten
effektiv	9	nordlig	25	egen
vanlig	9	traditionell	25	gammal
enkel	8	vacker	25	viss
hög	8	högklassig	24	olik
lätt	8			hög
egen	8			god
ny	8			sen

Tabell 1. De vanligaste adjektiven i Feminas motionsartiklar år 2008.

Som den ovanstående tabellen visar, är adjektivet *bra* i sina olika böjningsformer det klart vanligaste adjektivet i mitt undersökningsmaterial. Det är också annars ett vanligt adjektiv, så resultatet är inte överraskande. Intressant är emellertid det att detta adjektiv förekommer nästan lika ofta i komparationsform (16 gånger) som i positivform (20 gånger).

(5) Det vore för *bra* för att vara sant. (Femina 4/2008, 178)

(6) Ur hälsosynpunkt är det sammantaget *bättre* att vara mullig och fysiskt aktiv än att vara smal och fysiskt passiv. (Femina 3/2008, 184)

(7) Absolut *bäst* resultat får du om du även lägger in tempoändringar under din promenad, att du kör så kallad intervallträning. (Femina 6/2008, 9)

Adjektivet *bra* är alltså ett vanligt och därför lätt ord att använda. Det passar bra in i de flesta sammanhang.

De andra vanligaste adjektiven förekommer betydligt mer sällan, vilket tycks betyda att adjektivurvalet i materialet är väldigt mångsidigt, eftersom adjektiv ändå används mycket i materialet. Av de vanligaste adjektiven är adjektiven *effektiv* och *snabb* sådana som enligt min mening är karakteristiska för idrottsartiklarna. Det talas ofta om *effektiv* träning, *snabba*

resultat eller om att göra något *snabbt*. Enligt Allén (1971, 129) är adjektivet *effektiv* ett rätt så sällsynt ord medan adjektivet *snabb* finns bland de vanligaste adjektiven i tidningstexter. Också Yrjölä & Yrjölä (2008) hittade i sin undersökning några adjektiv som kan tyckas vara väntade för ämnet som texten handlar om, dvs. turism i Lappland. Sådana var till exempel *nordlig* och *högklassig*. Men det vore nog konstigt om det inte fanns några ämnesrelaterade beskrivande ord bland de vanligaste adjektiven.

I min undersökning är adjektivet *rolig* kanske det mest överraskande fyndet på den ovanstående listan. Dess relativt höga antal förekomster berättar om attityden till idrott och motion; det är *roligt* att idrotta. Å andra sidan nämns det också att idrott inte alltid behöver vara roligt (se kapitlet 5.3). Men dock hänvisas det också då till den allmänna tanken om idrott som en trevlig och rolig sak. I vardagens språkbruk är adjektivet inte alls så vanlig (Allén 1971, 129).

De flesta adjektiven förekommer bara en gång (t.ex. *miljövänlig*, *funktionell*, *personlig* och *liten*), vilket talar för att användningen av adjektiv är rik och mångsidig. Några av dessa adjektiv tycks förekomma oftare men då är det fråga om sammansatta ord som *personlig tränare* eller *funktionell träning*. I undersökningsmaterialet finns det till och med en artikel som berättar om användningen av en personlig tränare och där förekommer det självklart väldigt ofta adjektivet *personlig* som en del av ordet *personlig tränare*.

Bland de vanligare adjektiven i materialet finns det några överraskningar. Adjektivet *vit* är ett av dem.

(8) Fullkornsbröd i stället för *vitt* bröd, fullkornspasta och ris i stället för *vit* pasta och *vitt* ris och så vidare. (Femina 3/2008, 185)

Det relativt höga antalet (4) förekomster av adjektivet *vit* kan förklaras med att det finns två meningar där det berättas hur man med ändringar i kosten kan förbättra sin hälsa. I detta lilla stycke text förekommer adjektivet fyra gånger. Annars finns detta adjektiv inte i materialet.

5.1.2 Komparation

Som jag har tidigare har skrivit, kan adjektiv användas för att uttrycka komparation. Cassirer (1979, 66) anser att komparationsformen kan ha en stilistisk funktion. Enligt honom får ordet i komparativ ”en alldeles specifik intensitet och styrka”. Komparationsformerna av adjektiv är ytterst vanliga i undersökningsmaterialet. Det finns gott om både komparativ- och superlativformerna. Jag anser att detta är en intressant företeelse och jämfört med till exempel Yrjölä & Yrjöläs (2008) undersökning också ett särskiljande fenomen. De rapporterade att det inte fanns mycket komparation i turistbroschyerna.

Komparationsformerna kan tyckas vara naturliga för tidskriftspråket. Komparation används rätt så mycket i reklam och språket i tidskriftsartiklar i en damtidning kan åtminstone i mitt material anses likna reklamspråket. Som reklam, försöker också tidskriftsartiklar övertyga konsumenten och sälja sin idé. Övertygandet sker bland annat med hjälp av komparation.

(9) Variation gör träningen *roligare* och *effektivare*. (Femina 9/2008, 188)

(10) Med vår metod tränar du alltså mindre men får en *bättre* effekt. (Femina 4/2008, 178)

(11) Simning är förmodligen den *skonsammaste* träningsformen av alla. (Femina 6/2008, 5)

Med komparation kan man övertyga läsare att den idén eller det råd som skribenten erbjuder är bättre än något annat eller bäst av alla. Superlativ används också i rubriker (”*Roligaste träningen*”), vilket är ett effektivt medel att få läsaren att ta reda på resten av texten. Den lovar mycket och det är ganska troligt att man vill läsa texten för att få veta vad som är den roligaste träningen. Skulle man använda superlativ i rubriker för mycket, skulle detta medel troligen förlora sin effekt. I lagom mängd fungerar det ändå väldigt bra.

5.2 Textanalytiskt betraktande av beskrivande ord

I min analys betraktar jag språket ur textanalysens tre synvinklar: stilanalys, funktionell analys och retorisk analys. Här har jag fått inspirationen från en Pro gradu-avhandling av

Yrjölä och Yrjölä (2008), som undersökte användningen av adjektiv i turistbroschyrer om finska Lappland. De var intresserade av bland annat hur adjektiv används i marknadsföring för att locka turister till området. Eftersom tidskriftsartiklar har i princip ett likadant syfte – att locka människor att läsa och köpa tidskriften— anser jag att denna analysmetod passar bra också för min undersökning.

5.2.1 Stilanalys

Textens stil är en av de saker som vi först märker när vi analyserar en text. Stilen kan vara kortfattad, vidlyftig eller något annat. Stilen gäller inte bara ordval utan också innehållet, som till exempel kan omfatta en hel del svårbegripliga detaljer. Stilen kan likaväl betyda att texten är antingen monologisk eller dialogisk. Det förstnämnda betyder att texten inte tar någon notis om läsaren och det sistnämnda att den utgör ett samtal mellan honom eller henne. (Hellspong 2001, 68.) Femina representerar det dialogiska sättet att närma sig läsaren. Det är väl karakteristiskt för en damtidning att tilltala läsaren för att kunna skapa effekten om att förhållandet mellan skribenten och läsaren är nära. Som jag tidigare skrivit (se sidan 12) är en av damtidningens funktioner enligt Malmberg (1991) att ersätta bristande sociala kontakter. Hon menar berättelser och skvallren om kändisars liv, men jag anser att en damtidning också kan fungera som ersättare av en vän. Därför används det mycket tilltal och skribenten får läsaren att inbilla sig att texten är skriven just för henne eller honom. I Feminas motionsartiklar finns det en hel del tilltal och man närmar sig läsaren också annars som en nära vän.

(12) Handen på hjärtat – kan *du* göra en riktig armhävning? (Femina 3/2008, 184)

(13) Men nu kanske *du* säger att *du* minsann hört att lågintensiv träning är bättre för fettförbränningen. (Femina 4/2008, 179)

Förutom att tilltala läsaren med *du* som i de båda exemplen ovan, är det en ännu starkare stilistisk funktion att skapa en effekt om att skribenten av texten kan läsa läsarens tankar som i exemplet (13): ”Men nu kanske du säger att...” En sådan här användning av språket skapar en illusion om att tidskriften verkligen förstår just mig. Att använda tilltal är ett rent stilistiskt val; likaväl kunde man omformulera meningen. Då kunde exemplet (13) omskrivas till

exempel så här: ”Men man har kanske hört att lågintensiv träning är bättre för fettförbränningen”. Tanken är densamma men stilen och därmed också effekten blir helt olik.

Ett annat medel att göra förhållandet mellan sändaren och mottagaren förtroligare är att använda omtal (Hellspong & Ledin 1997, 173).

(14) Och dagarna då *vi* skulle ”kniipa” är sedan länge förbi. (Femina 9/2008, 186)

När det talas om ”vi” är det alltså fråga om omtal. Att använda omtalet är ett vanligt medel i reklamer och i propaganda. Det bygger upp en gemenskap som omfattar alla som läser texten. (Hellspong & Ledin 1997, 173).

Hellspong (2001, 68) skriver om två begrepp som har med stilen att göra. De är *stildrag* och *stilmärkor*. Ett visst framställningssätt kan till exempel vara att uttrycka sig tungt, vilket är ett stildrag. Det kan vara långa och krångliga meningar som gör texten tung och då kallas de stilmärkor. (Hellspong 2001, 68.) I Feminas fall anser jag att stildraget är att man försöker göra texten väldigt lättläslig dvs. snabb och lätt att läsa. Stilmärkor för detta är mestadels korta och slående uttryck. Texten måste väcka läsarens intresse och då hjälper det om läsaren inte behöva tolka och analysera språket för mycket. Säkert hjälper också färgrika och frestande bilder att väcka uppmärksamheten.

Som jag nämnde tidigare, kan även komparationsformen av adjektiv anses ha en stilistisk funktion (se kapitlet 4.4.2). Den uttrycker att någon har en egenskap som är av högre grad än någon annan. Enligt Cassirer (1979, 66) får alltså ordet i komparativ en mycket specifik intensitet och ordet blir starkare. Som jag skrev i kapitlet 4.4.2 lovar komparationsformen mycket. Den uttrycker att någon har en egenskap som är av högre grad än vad någon annan har.

5.2.2 Funktionell analys

En brukstext, som alltså tidskriftsartiklar är, fyller alltid någon funktion. (Hellspong 2001, 82.) En artikel om idrott och motion försöker vanligtvis att få läsaren att idrotta genom att erbjuda information och impulser för honom eller henne. Dessutom strävar den efter att locka

människan att köpa tidskriften därför att det finns en intressant artikel om motion där. Om man ser motionsartiklarna i en damtidning i ett större perspektiv kan man väl konstatera att de inte spelar så stor roll i damtidningar. Då är deras funktion främst att erbjuda information om idrott och motion och att inspirera läsaren. Sannolikt köper man hellre ett idrottsmagasin istället för en damtidning om man vill mer omfattande information om ämnet.

Populärvetenskapliga texter, som också artiklar i en damtidning är, har en informativ funktion. Typiskt för en sådan text är att informationen populariseras och syftet är att väcka intresse hos läsaren och underhålla honom eller henne. För att kunna popularisera texten måste skribenten anpassa språket till lämplig nivå så att texten blir lättbegriplig från den generella allmänhetens synvinkel. (Melin & Lange 2000, 131.)

Hellspong (2001, 82) talar om textens huvudfunktion och hjälpfunktioner. När det är fråga om en motionsartikel i Femina är textens huvudfunktion enligt min mening att erbjuda idéer och impulser om motion och välbefinnande för läsaren och inspirera henne att motionera. Som hjälpfunktioner anser jag viljan att erbjuda information om idrott och motion, att öka ett allmänt intresse för tidskriften och att få tidskriften att nå så många olika slags läsare som möjligt. Detta motiverar jag med att det inte är så sannolikt att man skulle köpa en modetidning för att få faktabetonad information om idrott, utan då skulle man hellre köpa en av de väldigt många idrottstidskrifter som finns på marknaden. En motionsartikel kan också finnas i tidningen därför att tidskriften strävar efter att attrahera så många olika slags personer som möjligt. Femina vill antagligen vara en mångsidig tidskrift vars innehåll täcker alla livsområden. Då behöver läsaren inte köpa ett nummer från konkurrenten utan allt som behövs finns i ett paket i Femina.

Motionsartiklarna intalar läsaren att motionera bland annat genom att använda lockande adjektiv som i rubriken av en artikel i junimånadens nummer:

(15) PROMENERA *lätt, smidigt och gratis* (Femina 6/2008, 8)

Genom att använda adjektiv som *lätt, smidig* och *gratis* som skapar positiva associationer, åskådliggör texten sin huvudfunktion. Positiva associationer om motion väcker ju lättare viljan att motionera. Dessutom i världen där ingenting är gratis, känns det lockande att läsa att du inte behöver pengar för denna hobby.

Funktionen att erbjuda idéer och impulser för motion hos läsaren syns bäst i innehållet av artiklarna. Olika råd och tips är väl representerade i alla artiklar.

(16) På nästa uppslag får du massor av *sköna och smarta må bra –tips!*
(Femina 3/2008, 183)

Skribenten lovar i exemplet (16) läsaren inte bara tips utan tips som är *sköna* och *smarta* och som skapar välbefinnande. Man kan väl diskutera hurdana sköna och smarta tips är. Om vi anser att ett tips egentligen inte kan ha egenskaper i sig så kan vi konstatera att syftet att använda adjektiv i detta sammanhang är bara för att färga texten och göra den mer lockande.

5.2.3 Retorisk analys

Karakteristiskt för en brukstext är att den inte bara vill informera utan också påverka. Vanligtvis vill den få läsaren att handla på ett visst sätt. I praktiken kan det gälla till exempel att väcka känslor eller att sprida en idé. Ett klassiskt exempel på en text som vill påverka är reklam. (Hellspång 2001, 99.) Också tidskriftsartiklar vill påverka läsaren. Egentligen anser jag att artiklar i en damtidning liknar väldigt mycket reklam speciellt vad gäller språket. Meningar är ofta korta och ord som används är slående. Komparation används mycket, som jag tidigare har skrivit i kapitlet 4.4.2. Med retorisk analys redogör jag här alltså hur man med ord försöker påverka och övertyga läsaren i mitt undersökningsmaterial. Det gäller att ta i beaktande både texten, skribenten, situationen och publiken (Hellspång 2001, 99).

Som jag konstaterade redan tidigare, har varje tidskrift sina egna motiv att påverka läsaren. Varje tidskrift och skribent har också sina egna sätt att försöka påverka. Hellspång (2001, 99) påpekar att det inte alltid är så uppenbart vad texten vill få läsaren tänka och agera. Det kan man observera också i motionsartiklarna i Femina, där råd om bland annat idrott och motion kan vara väldigt motstridiga mellan olika artiklar.

Ett sätt att försöka påverka läsaren är att tilltala läsaren med ”du” som i exemplet nedan (17). Med tilltal kan signaleras förtrolighet mellan skribent och mottagare. Det är också ett sätt att uttrycka förtroende mellan dessa två parter. (Hellspång & Ledin 1997, 173.)

(17) Med Feminas smart intervallträning kommer *du* i form på nolltid.
(Femina 4/2008, 178)

När läsaren tilltalas som vän genom att använda ”du” känner läsaren antagligen att texten är skriven exakt för henne eller honom. Den skapar uppfattningen att *jag* kan komma i form. Den ovanstående meningen kunde formuleras på ett annat sätt (”Med Feminas smart intervallträning kommer man i form på nolltid.”), men då vore meningen inte lika personlig.

Ett annat medel att göra texten intressant och lockande är att använda en stark grad av överdrift. Man kan använda hyberboler bland annat i adjektiv, men dock skapar överdriven användning av till exempel superlativ lätt ett icke trovärdigt och litet barnsligt intryck. Kännetecknande för en hyperbol är att den strävar efter ett riktigt starkt uttryck (Hellspong & Ledin 1997, 185).

(18) Halvera tiden på dina träningspass och få ut *dubbel* effekt. Låter det för bra för att vara sant? Med Feminas smart intervallträning kommer du i form *på nolltid*. Har du slutat förknippa träning med lust och välmående? Tillhör du dem som står och nöter på trappmaskinen *timme efter timme*? Eller som fått höra att det *enda* sättet att bränna fett är att kliva upp i ottan och ta en långpromenad med *kurrande* mage? Detta stämmer förstås inte alls. *Trist, tidskrävande* träning är nu *ett minne blott*. (Femina 4/2008, 178)

I detta exempel (18) finns det många överdrivande drag. Adjektivet *kurrande* anser jag vara ett medvetet val här; likaväl kunde man använda adjektivet *hungrig*. *Kurrande* får tankarna lättare till den konkreta situationen när magen är tom på energi och kurrar – det är väl ganska sällan fallet när man motionerar. Det finns överdrift i exemplet (18) också vad gäller den tid som behövs för att idrott ska vara effektivt. Visst är det sant att korta träningspass kan vara effektiva, men det är överdrivande (och felaktigt) att påstå, att ”tidskrävande träningen är nu ett minne blott” (Femina 4/2008). Lagbundenheterna om hur fysisk kondition baserar sig på uthållighet förändras inte och kan således inte vara ”ett minne blott”. Dessutom är uttrycket ”timme efter timme” en klar hyperbol; dess syfte är närmast bara skapa ett starkt uttryck.

Tredje medlet som i exemplet (18) används för att påverka läsaren är retoriska frågor. Retoriska frågor är frågor som har formulerats så att svaret oftast blir just det som skribenten önskar (Melin & Lange 2000, 78). Frågor brukar ha en likadan funktion som tilltal: de gör

texten dialogisk och signalerar förtrolighet mellan sändaren och mottagaren (Hellspång & Ledin 1997, 173, 206).

Uttryck som har en informativ funktion kan innehålla också en värdesättande komponent. Dessa värdesättande komponenter förmedlar åsikter och värden och får uttrycket att vara betydligt mer påfallande än uttryck som är rent informativa. (Leiwo, Luukka & Nikula 1992, 92-93.)

(19) Om du blir riktigt andfådd är det bra (---). (Femina 4/2008, 178)

Exemplet (19) har en värdesättande komponent ”är det bra”. Den förmedlar skribentens åsikt som är att det önskvärt att bli riktigt andfådd. Man kunde omskriva uttrycket också utan detta tillägg, till exempel ”Du kan bli riktigt andfådd”.

5.3 Motiv för att utöva idrott

Om motiv har jag tidigare skrivit i kapitlet 2.3. Där berättade jag bland annat att motiv är något som får oss att agera. Risto Telama (1986) nämner åtta motiv som människor brukar ha för idrottandet. De är att bli uppfriskad och avslappnad, att njuta av naturen, att höja fysisk kondition, att förbättra hälsan, att kontrollera vikten och att ta hand om utseendet, att få en social upplevelse, att idrotta av rutin samt att ha praktiska skäl för idrottandet. De flesta av dessa populäraste motiv för att idrotta och motionera kommer tydligt fram även i mitt material. I följande betraktar jag dessa motiv närmare och förklarar hur de kommer fram i mitt material och med vilka adjektiv dessa motiv konstrueras i texten.

5.3.1 Att friska upp sig och att slappna av

Idrott anses ofta viktig därför att den bland annat uppfriskar och skapar välmående, förbättrar humöret och är en bra motvikt för arbetet. När man motionerar har man också tid för sina egna tankar. Man blir helt enkelt uppfriskad och avslappnad. (Telama 1986, 157.) Det är lite överraskande att det var svårt att hitta detta motiv i artiklarna. Man kunde ju tro att också i damtidningar motiveras idrott med att det gör en friskare och får henne eller honom att glömma bort vardagens stress. Det finns ändå några hänvisningar till detta motiv.

(20) Vi vill träna för att må *bra* och för att orka med vardagens påfrestningar. (Femina 9/2008, 186)

(21) Jag tycker jag mår *bättre* nu, känner mig *alert* och *vig*. (Femina 8/2008, 129)

I exemplet (20) sägs det ganska direkt att välbefinnandet är en orsak att motionera. I exemplet (21) citeras en person som har haft en personlig tränare och så börjat motionera. Det psykiska välbefinnandet beskrivs här med adjektiv som skapar en bild av en energisk och fräsch människa. Att skriva om uppfattningar av någon konkret person ger läsaren också en mer uppmuntrande bild av saken. I artiklarna finns det också några ställen där det inte direkt talas om att motion uppfriskar eller slappnar av, utan man använder adjektiv som skapar en illusion om välmående.

(22) Att röra sig till musik är inte bara bra motion, det är *roligt* också. (Femina 6/2008, 11)

(23) Men glöm inte att en *hederlig* långpromenad också kan göra underverk (---). (Femina 9/2008, 186)

I exemplet (22) beskrivs dans som *rolig* motion. Om något är roligt, skapar den ju glädje och på det sättet mår människan bättre. I exemplet (23) får en *hederlig långpromenad* tankarna till något som rensar huvudet och ordentligt klargör ens tankar. På det sätt får den också en uppfriskande och avslappnande funktion. Detta sägs alltså inte rakt utan det måste tolkas fram. Det är också ganska ofta man talar om förbättrad kondition i artiklarna. Jag tycker att det antas att läsaren förstår att förbättrad kondition leder till välmående och bättre psykiskt tillstånd.

5.3.2 Natur och estetiska upplevelser

Idrottandet sker ofta ute i naturen. Då får man frisk luft och kan samtidigt uppleva naturen. I undersökningsmaterialet blir inomhusgrenarna framhävda, vilket betyder att samtidigt blir natur som motiv att idrotta nedtonad. Dock finns det enstaka antydningar.

(24) Dessutom får du *frisk* luft och naturupplevelser på köpet. (Femina 9/2008, 186)

Idrottandet motiveras här i exemplet (24) med att man kan idrotta i frisk luft och samtidigt uppleva naturen. Telama (1986,162) påpekar att i frisk luft piggnar man till och naturen beskrivs ofta som avslappnande omgivning där man kan lätt glömma bort vardagens problem och stress. Vidare konstaterar han att naturen också erbjuder estetiska upplevelser såsom vackra landskap. Enligt min mening kan estetiska upplevelser i idrott dessutom innebära till exempel vackra träningskläder som skapar välbehag och motivation att träna. För några kan det till och med vara motiverande att få visa sina trendiga träningskläder för andra och det är därför de går till exempel på gymmet. Dans är ett bra exempel på idrottsgren där man lätt får estetiska upplevelser: man får förnimma kroppens rörelser och kanske samtidigt se de där vackra och flytande rörelserna i spegeln. Vidare anser jag att människan kan känna också tillfredsställelse över det hur sin kropp ser ut; om man kanske har lyckats forma om sin kropp eller fått mer muskelmassa.

5.3.3 Kondition och hälsa

Ett naturligt och väldigt populärt motiv att motionera är att förhöja konditionen och att förbättra hälsan. De är ofta samtidiga processer som stödjer varandra och därför befrämjar förbättrad fysisk kondition ofta samtidigt hälsan. Bra kondition och hälsa anses viktiga i synnerhet av arbetslivets synvinkel; genom att idrotta bevarar man länge sin arbetsförmåga. Bättre fysiskt tillstånd skapar dessutom allmänt välbefinnande. Motivet att förhöja konditionen anknyter sig också ofta till viktkontroll. (Telama 1986, 163.) I Feminas artiklar tycks detta motiv vara det som behärskar. Det är väldigt ofta man motiverar någon träningsform eller – metod med ord, som hänvisar till en tanke om att uppnå en bättre kondition (se t.ex. Femina 6/2008, 4-5). Detta beror kanske på det att Feminas läsare antas vara närmast nybörjare för vilka förbättrad fysisk kondition är det viktigaste målet med idrott.

(25) *Pulshöjande* styrketräning som bygger muskler och bränner fett. (Femina 9/2008, 188)

I detta exempel (25) kan motivet sägas vara bättre utseende, men bakom det kan förstås också tänkas ligga hälsotänkandet. Adjektivet *pulshöjande* skapar en bild av effektiv träning; det stereotypiska (och felaktiga) tänkandet är ju att ju högre puls desto bättre träningsresultat.

Enligt Kenyon (enligt Ristolainen 2006, 33) vill man genom idrott uppleva fysisk ansträngning och tävlandet. Det kan till och med påstås att med motion och idrott vill man uppleva asketism. (Kenyon 1986, enligt Ristolainen 2006, 33.) Asketism inom motion förstår jag som viljan att anstränga sig ordentligt och inte förnöja sig med den lättaste vägen. Man vill svettas, bli ordentligt andfådd och ha slitna muskler efter träningen.

(26) Om målet är att gå ner i vikt går det inte att vara *bekväm*. Det ska vara *jobbigt, ansträngande* och du ska bli *rosenröd* om kinderna, säger hon. (Femina 4/2008, 178)

(27) Det du måste göra är att träna *högintensivt* och utmana kroppen med *tuffa* intervaller. (Femina 4/2008, 178)

(28) Här är målet att bli *svettig* och få upp pulsen. Femina 6/2008, 9)

Jag tycker att det samtidigt är både överraskande och glädjande att i en modetidning uppmuntras kvinnor att idrotta hårt, som vi ser i exemplen (26), (26) och (28). Kvinnor uppmuntras också att se ut som om de har tränat (*röda* kinderna, *svettig*) – det är alltså acceptabelt att se svettig ut. Som vanligt, syns ändå damtidningens motstridighet även här. I en annan artikel berättas det att stenhård träning inte är beundransvärd utan att det är viktigt att ha roligt under träningen (exemplet (29)):

(29) Och att träna *stenhårt* och *målmedvetet* med blodsmak i munnen är inte heller *aktuell* – idag vill vi ha *rolig* under tiden vi kommer i form. (Femina 9/2008, 186)

5.3.4 Viktkontroll och utseendet

Som motiv till idrott har många kvinnor (och likaväl män) skäl som har med utseendet att göra. Man vill kanske gå ner i vikt eller att se bättre ut (Telama 1986, 165). Med idrott kan man lättare kontrollera vikten, bygga muskler eller omforma kroppen. Jag anser att motivet

utseende kan betyda också friskare väsende och till exempel bättre hud. Viktkontroll och i synnerhet utseendet är viktiga motiv i motionsartiklarna i Femina.

(30) Frågan är om du *verkligen* är *överviktig* eller om du mest är *missnöjd* med hur din kropp ser ut. (Femina 3/2008, 184)

Man tar en försiktig approach till temat övervikt, som syns i exemplet (30). Genom att använda adverbet *verkligen* i samband med adjektivet *överviktig*, förmedlas nästan tanken om att det är osannolikt att läsaren vore överviktig. Detta budskap görs effektivare genom att i samma mening tala om läsarens möjliga egna känslor (*missnöjd*). I nästa exempel (31) nedtonas emellertid motivet att idrotta för att förbättra utseendet:

(31) Att träna med enda syfte att se *bra* ut, som på 80- och 90-talet, är *passé*. (Femina 9/2008, 186)

Genom att använda adjektivet *passé* får man intryck om att träna enbart på grund av utseendet är ytterst gammalmodigt. Adjektivet *passé* är enligt min mening starkare uttryck än till exempel just ordet gammalmodig, som också skulle kunna passa bra i sammanhanget. Med detta ordval kan läsaren också få ett intryck om att det inte är bara gammalmodigt att träna med enda syfte att se bra ut, utan också otrendigt.

5.3.5 Social upplevelse

Idrott som social upplevelse är ett viktigt motiv särskilt för unga män (Telama 1986, 166). Enligt min uppfattning är motivet i dag antagligen lika betydande för kvinnor. Det finns en hel del kvinnor som till exempel går ut för en promenad för att kunna umgås med sina vänner. Som Telama (1986, 165) påpekar, anknyter idrottens sociala motiv vanligtvis till samvaro och det välbehag som den skapar. Inom motion och idrott kan man lätt få nya bekantskaper, möta vänner och få impulser från andra människor. (Telama 1986, 165.) Till exempel gymnastikklasserna som är så populära bland kvinnor, skapar en viss samhörighetskänsla, och efter klassen kan deltagarna dela sina uppfattningar och känslor om träningen. Social upplevelse kan också motivera sådana par som har till exempel ont om tid att vara tillsammans.

(32) Dans är dessutom en *social* träningsform där du kan ta med dig din partner. Eller kanske träffa en *ny* om du är *singel*. (Femina 6/2008, 11)

Telama (1986, 166) skriver vidare att en viktig motiverande faktor som kommer fram i anknytning till idrottens sociala aspekter är att få vara ensam. För många är det önskvärt att få komma bort från vardagsmiljön och – problem och ensam kan inverkan vara effektivare.

5.3.6 Idrott som rutin

För en del människor är idrott och motion en rutin och vana och för några till och med livsstil. Då kan man inte ens inbilla sig ett fysiskt passivt liv. (Telama 1986, 166.) Detta motiv syns inte i undersökningsmaterialet, vilket säkert beror på målgruppen som artiklarna är inriktade till. Jag antar en genomsnittsläsare av Feminas motionsartiklar som verkligen tar råd från artiklarna är inte en aktiv idrottsutövare utan snarare motionerar bara då och då. Då är motion ingen rutin eller vana.

5.3.7 Praktiska skäl

Idrott utövas också av praktiska skäl. Det mest typiska skäl är nyttoidrott, som kan vara till exempel motion på väg till och från arbetet, svampplockning, bärplockning, trädgårdsskötsel eller annat som på något sätt gör nytta i det vardagliga livet. (Telama 1986, 167.) Detta motiv kommer inte så ofta fram i undersökningsmaterialet. Praktiska skäl som nämns, anknyter oftast till förbättrad förmåga att klara av vardagliga aktiviteter såsom ”att bära tunga matkassar” (Femina 9/2008), men också några kommentarer om nyttoidrott ges i junimånadens nummer.

(33) Det är *perfekt* både som motion och som färdmedel och dessutom är det *bra* för miljön. (Femina 6/2008, 7)

I exemplet (33) motiveras cykling som bästa sättet att både ta hand om kondition och skaffa lite vardagsmotion. Det beskrivande ordet som används här, *perfekt*, är ett adjektiv som saknar komparation och är således ett väldigt starkt uttryck. Man kan inte ju inte säga **mer perfekt* eller **mest perfekt*.

5.3.8 Andra motiv

I tillägg till de motiv som jag har presenterat här, finns det dock även andra motiv, som jag har skrivit om redan tidigare (se kapitlet 1.1.3). Ett av dem som väldigt ofta kommer fram i undersökningsmaterialet är att någon träningsform eller – metod är trendig och man därför uppmuntras att åtminstone pröva på den.

(34) Och trots att styrketräning fortfarande är på framfart så är den egna kroppsvikten *trendigare* än att klämma in i lekamen i *konstiga* maskiner. (Femina 9/2008, 186)

(35) Funktionell träning är den *hetaste* trenden av alla på träningsfronten... (Femina 9/2008, 186)

Att något är populärt och aktuellt anges ofta med adjektiv *trendig* och *het*, som i exemplen (34) och (35). I exemplet (34) betonas egna kroppsviktens trendighet genom att beskriva motsatsen med ett lite negativt adjektiv (*konstig*). Att idrott kallas trendig eller het är ingen stor överraskning när det fråga om en modetidning. Det finns antagligen otaliga läsare som är intresserade av bara den idrott som är högst aktuellt och trendigt.

6 AVSLUTNING

Damtidningar har en lång historia och de har traditionellt varit en viktig informationskälla för kvinnor. Även idrottsrelaterade artiklar i damtidningar kan ha en viktig roll som informationsförmedlare. I tillägg till att de informerar, försöker dessa texter ofta också påverka läsaren. En artikel om idrott och motion vill därmed inte bara berätta fakta om idrott utan också inspirera läsaren och erbjuda henne eller honom nya idéer.

När man skriver en text gör man bland annat val om vilka ord man använder. Dessa val kan vara omedvetna men antagligen minst lika ofta görs dessa val medvetet. Samma fenomen kan beskrivas med många olika adjektiv som var och en har sin egen känsloladdning. Hurdana ord, till exempel adjektiv, man använder påverkar det hurdan bild om fenomenet det skapas. Därför är det alltså inte helt oväsentligt vilka ord man väljer. Dessutom skapar ämnesval och de bilder som används en del av uppfattningen om ämnet.

Syftet med denna avhandling var att på tre textanalytiska sätt (stilanalys, retorisk analys och funktionell analys) betrakta språket, särskilt beskrivande ord, i motionsartiklarna i modetidningen Femina. Dessutom var jag intresserad av hur olika motiv att idrotta kommer fram i dessa artiklar. Som material hade jag åtta motionsartiklar från år 2008.

Beskrivande ord (adjektiv, particip och beskrivande adverb) används mycket i motionsartiklarna i Femina. Det är vissa adjektiv som förekommer ofta (t.ex. *bra*, *stor*, *olik*), medan andra används betydligt mer sällan. De flesta av beskrivande ord förekommer bara en gång. Att beskrivande ord används mycket och att de flesta av dem förekommer bara en gång betyder att användning av beskrivande ord är rikt och mångsidigt. Det gör texten varierande och underhållande.

Textanalytisk betraktande av motionsartiklarna avslöjade några intressanta stilistiska, funktionella och retoriska medlen i texter. Två påfallande stilistiska medel som användes mycket i undersökningsmaterialet var användning av tilltal och omtal. Dessutom har de också en retorisk det vill säga övertygande funktion. Ett annat medel, som kan anses vara både stilistiskt och retoriskt, är användning av komparationsformer. Både komparativ- och superlativformerna var vanliga och oftast stod de utan någon egentlig komparativ funktion.

Då kan de anses ha mest stilistiska och retoriska funktioner genom att ge texten mer intensitet och göra den låta mer lockande.

Materialet för min analys kunde ha varit större. Ett större undersökningsmaterial skulle göra resultatet mer pålitligt. Problemet var dock att det inte finns motionsartiklar i varje nummer av Femina och det hade varit svårt att få någon annan svensk damtidning eller tidskrift som undersökningsmaterial.

Som jämförande undersökning vore det intressant att undersöka hurdana beskrivande ord och hurdan stil och retorik som används i de idrottsartiklar som är riktade till män. Med sådan komparativ undersökning kunde man kanske få en bättre uppfattning om vilka adjektiv och andra språkliga medlen är sådana som används speciellt i samband med damidrott. Likaväl skulle man kunna studera hur stil, funktion och retorik samt användning av beskrivande ord har förändrats under tiden genom att analysera artiklar från en och samma tidskrift i olika decennier.

LITTERATUR

Primärkällor

- Femina 3/2008. *Fin form hemma*. 183-185.
 Femina 4/2008. *Roligaste träningen. Intelligent intervaller*. 178-179.
 Femina 6/2008. *Simma skönt, snällt och effektivt*. Sommarbilaga. 4-5.
 Femina 6/2008. *Cykla härligt, snabbt och miljövänligt*. Sommarbilaga. 6-7.
 Femina 6/2008. *Promenera lätt, smidigt och gratis*. Sommarbilaga. 8-9.
 Femina 6/2008. *Dansa trendigt, lekfullt och kul*. Sommarbilaga. 10-11.
 Femina 8/2008. *Inte utan min PT*. 128-130.
 Femina 9/2008. *Det är inne att vara ute*. 186-188.

Sekundärkällor

- Allén, S. (1971). *Nusvensk frekvensordbok baserad på tidningstext, del 2 Lemman*. Almqvist & Wiksell, Stockholm.
- Berg, P. (2005). Miten se meitä liikuttaa? –Suomalaisten liikunta- ja urheiluharrastukset 1981-2002. [Online]. Tillgänglig www: http://www.stat.fi/ajk/tapahtumia/2005-01-26_vapaa-aikatutkimus_berg.pdf
- Cassirer, P. (1979). *Stil, stilistik, stilanalys*. Almqvist & Wiksell, Stockholm.
- Femina. (5.3.2009). *Om Femina*. [Online]. Tillgänglig www: <http://femina.se/om/>
- Hadenius, S. & Weibull, L. (1994). *Massmedier: en bok om press, radio och TV*. Bonnier Alba, Stockholm.
- Halldén, O. (1983). *Idrottsrörelsen i samhället: innebörd, omfattning, villkor*. Slutrapport om forskningsprojektet. Sveriges riksidsrottsförbund, Stockholm.
- Heinilä, K. (1977). Nainen suomalaisessa liikuntakulttuurissa. I K. Heinilä (red.) *Nainen suomalaisessa liikuntakulttuurissa*. Jyväskylän yliopisto, liikuntasuunnittelun laitos. tutkimuksia n:o 15/1977.
- Hellspong, L. (2001). *Metoder för brukstextanalys*. Studentlitteratur, Lund.
- Hellspong, L. & Ledin, P. (1997). *Vägar genom texten*. Handbok i brukstextanalys. Studentlitteratur, Lund.
- Hultman, T.G. (2003). *Svenska Akademiens språklära*. Stockholm: Svenska Akademien.
- Jørgensen, N. & Svensson, J. (1987). *Nusvensk grammatik*. Malmö, Liber.

- Kokkonen, J. (1995). Liikunnan supermarket. I T. Pyykkönen (red.) *Liikuntaa mielikuvissa*. Liikuntatieteellisen seuran impulssi nro VIII. Liikuntatieteellinen seura, Helsingfors.
- Laakso, L. (1983). Naiseksi, tasa-arvoiseksi vai liikunnan harrastajaksi – sosiaalisaation ongelmia. I Laitinen, A. (red.) *Liikunta ja nainen*. Jyväskylän yliopisto, liikuntasuunnittelun laitos opetusmonisteita nro 10/1983. 1-27.
- Lehtonen, M. (1996). *Merkitysten Maaailma*. Tampere: Vastapaino.
- Leiwo, M., Luukka, M-R. & Nikula, T. (1992). *Pragmatiikan ja retoriikan perusteita*. Jyväskylä universitet, Jyväskylä.
- Löflund-Kuusela, H. (2005). *Litteä vatsa, hyvä kunto vai iloinen mieli?* Jaettuja käsityksiä naisten liikunnasta liikuntalehdissä. Referat av gradu-avhandling. Institutionen för socialpsykologi, socialpsykologi, Helsingfors universitet, Helsingfors.
- Malmberg, R. (1991). Naisten ja kotien lehdet aikansa kuvastimina. I P. Tommila (red.) *Suomen lehdistön historia 8/Yleisaikakauslehdet*. Jyväskylä: Gummerus. 191-291.
- Melin, L. & Lange, S. (2000). *Att analysera text*. Tredje upplagan. Lund: Studentlitteratur.
- Nationalencyklopedin*. (1991). Höganäs: Bra Böcker.
- Nationalencyklopedin*. (1992). Höganäs: Bra Böcker.
- Nationalencyklopedin*. (1994). Höganäs: Bra Böcker.
- Niinistö, S. (1997). Valta valita – valta vaikuttaa. I S. Aalto, A. Mäntynen, S. Shore, K. Koski, S. Niinistö & A. Varteva (red.) *Valitut sanat*. Media, kieli ja mielikuvat. Helsingin yliopiston suomen kielen laitos. 130-146.
- Pouru, K. (2006). *Mer än en bil. Enemmän kuin auto?* En kontrastiv analys av svenska och finska bilreklamtexter på olika bilmärkens hemsidor. Pro gradu –avhandling. Institutionen för språk- och översättningsvetenskap, nordiska språk, Tammerfors universitet, Tammerfors.
- Pyykkönen, T. (1996). *Liikunta aikakauslehtien vankina*. Helsingfors: Liikuntatieteellinen seura.
- Ristolainen, K. (2006). *Vauhtia, vapautta ja luonnonkauneutta –retkiluistelun motiivit*. Pro gradu –avhandling. Institutionen för samhälls- och regionvetenskap, geografi, Joensuu universitet, Joensuu.
- SCB Statistiska centralbyrån (1989). *Idrott och motion i Sverige*. En statistisk beskrivning.
- Thorell, O. (1982). *Svensk grammatik*. Andra upplagan. Stockholm: Esselte Studium.
- Töyry, M. (2006). Käytösoppaasta naistenlehteen. I Mäkelä, A., Puustinen, L. & Ruoho, I. (ref.) *Sukupuolishow*. Johdatus feministiseen mediatutkimukseen. 207-225.

Vekka, A-M. (2008). *Rubriker i familjetidningen Allers och damtidningen Amelia*. Tempus, imperativ, frågor, negationer och artikelbruk i Allers och Amelias rubriker. Pro gradu –avhandling. Institutionen för språk- och översättningsvetenskap, nordiska språk, Tammerfors universitet, Tammerfors.

Winther Jörgensen, M. (2000). *Diskursanalys som teori och metod*. Studentlitteratur, Lund.

Bilaga 1: De vanligaste beskrivande ord i motionsartiklarna i Femina

Beskrivande ord	Antalet	Beskrivande ord	Antalet	Beskrivande ord	Antalet	Beskrivande ord	Antalet
bra	36	skön	2	passé	1	intelligent	1
stor	13	höger	2	funktionell	1	dubbel	1
olik	12	vänster	2	förenklad	1	kurrande	1
snabb	10	normal	2	daglig	1	trist	1
kort	10	stark	2	verklig	1	tidskrävande	1
rolig	10	ökad	2	inbyggd	1	neonfärgad	1
effektiv	9	svår	2	korrekt	1	otänkbar	1
vanlig	9	utebliven	2	mjuk	1	personlig	1
enkel	8	billig	2	körd	1	ansträngande	1
hög	8	aktuell	2	tidig	1	rosenröd	1
lätt	8	snäll	2	randig	1	onödig	1
egen	8	målmedveten	2	ordentlig	1	ren	1
ny	8	stenhård	2	krävande	1	formmässig	1
riktig	7	konstig	2	rundad	1	konditionsmässig	1
rak	7	stillasittande	2	ovan	1	rejäl	1
lång	7	tillräcklig	2	instruktörsledd	1	exakt	1
hård	6	avsedd	2	trång	1	säker	1
perfekt	6	smal	2	ond	1	stegrande	1
hel	6	sen	2	34-gradigt	1	maximal	1
tuff	5	het	2	lokal	1	slim	1
viss	5	själklar	2	inspirerad	1	sund	1
särskild	5	tredimensionell	2	långsökt	1	ensam	1
viktig	5	rysk	2	otrolig	1	missnöjd	1
samma	4	fel	2	gungande	1	konstaterad	1
lågintensiv	4	allsidig	2	motståndsbaserad	1	given	1
nästa	4	värd	2	naturlig	1	pulsförhöjande	1
bred	4	rask	2	stående	1	pulshöjande	1
god	4	kul	2	sittande	1	kvinnlig	1
vit	4	sant	2	liggande	1	skyddande	1
trendig	4	högintensiv	2	lik	1	positiv	1
skonsam	4	andfådd	2	multimönstrad	1	negativ	1
svettig	4	populär	2	tyngdlös	1	mullig	1
rätt	4	jobbig	2	kall	1	aktiv	1
långsam	3	konstig	2	avslappnad	1	passiv	1
stadig	3	fin	2	härlig	1	regelbunden	1
lugn	3	smidig	2	framdämpad	1	utomordentlig	1
bekvämlig	3	illojal	1	liten	1	spänd	1
överviktig	3	stabil	1	brun	1	hängande	1
fysisk	3	beständig	1	grön	1	gammal	1
kallad	3	etablerad	1	nyttig	1	motsatt	1
lämplig	3	inriktad	1	klok	1	förprogrammerad	1
samtidig	3	giltig	1	sporadisk	1	svag	1
frisk	3	högklackad	1	hungrig	1	diagonal	1
utmärkt	3	social	1	trött	1	tidseffektiv	1
extra	3	blyg	1	inbokad	1	fri	1
välsorterad	3	sensuell	1	trevlig	1	välutbildad	1
varm	3	anpassad	1	inställd	1	försäkrad	1
avancerad	3	pinsam	1	sur	1	motiverad	1
smart	3	miljövänlig	1	besviken	1	lyckad	1
enda	3	lagd	1	låg	1	hektisk	1
intensiv	3	empiriskuren	1	licensierad	1	fort	1
möjlig	3	noga	1	snygg	1	träkgig	1
gratis	2	multiplicerad	1	trygg	1	alert	1
vältränad	2	lekfull	1	eventuell	1	vig	1
procentuell	2	hederlig	1	individuell	1	fit	1
sedd	2	åtdragen	1	direkt	1	jättetuff	1
redo	2	matchande	1	investerad	1		
sakta	2	tydlig	1	nyfiken	1		
stel	2	jättetrendig	1	spännande	1		