



GÖTEBORGS UNIVERSITET
INST FÖR KOST- OCH IDRÖTTSVETENSKAP

Fett eller lätt?

**Fokusgruppintervjuer om gymnasieungdomars tankar och
åsikter kring användning av lättprodukter**

**Klara Trygg
Erik Carlberg**

Rapportnummer: VT12-10
Uppsats/Examensarbete: 15 hp
Program/kurs: Kostekonomprogrammet med inriktning ledarskap
Nivå: Grundnivå
Termin/år: Vt. 2012
Handledare: Stina Olafsdottir
Examinator: Christina Berg



GÖTEBORGS UNIVERSITET
INST FÖR KOST- OCH IDROTTSVETENSKAP

Rapportnummer:	VT12-10
Titel:	Fett eller lätt?
Författare:	Klara Trygg, Erik Carlberg
Uppsats/Examensarbete:	15 hp
Program/kurs:	Kostekonomprogrammet med inriktning ledarskap
Nivå:	Grundnivå
Handledare:	Stina Olafsdottir
Examinator:	Christina Berg
Antal sidor:	45
Termin/år:	Vt. 2012
Nyckelord:	Användning, Lättprodukter, Ungdomar, Åsikter, Vana

Sammanfattning

Ungdomar är den grupp som är mest mottaglig för trender och förändringar i samhället. Den rådande debatten kring fett och dieter idag formar nya matvanor hos befolkningen. Dieter som LCHF som förespråkar ett högt fettintag samt lågt kolhydratintag har fått stor genomslagskraft. Hur tänker gymnasieungdomar kring lättprodukter som innehåller mindre fett och socker?

Syftet med studien har varit att belysa gymnasieungdomars tankar och åsikter kring, samt användning av lättprodukter.

Den metod som använts för insamling av data har varit av kvalitativ ansats. Tre kvalitativa fokusgruppintervjuer har genomförts bestående av totalt 15 gymnasieungdomar från natur- och samhällsvetenskapliga linjer från gymnasieskolor i Göteborgs innerstad. Intervjuerna spelades in med hjälp av mobiltelefon och transkriberades och analyserades sedan med hjälp av kvalitativ innehållsanalys.

Resultatet av undersökningen visar på att gymnasieungdomarna i denna studie till stor del anser att lättprodukter är onaturliga och att de påverkar kroppen på ett negativt sätt. Ungdomarna har åsikter om att lättprodukter är förknippat med ett skönhetsideal att vara smal och äta nyttigt. Resultatet visar även på att ungdomars tankar och åsikter kring lättprodukter till stor del formas i hemmet och då framförallt genom att de påverkas av sina föräldrars tycke. Ytterligare en faktor som influerat deras uppfattningar är media. Ungdomarna framhåller att de påverkas av vad som sägs i den mediala världen och att de påverkas omedvetet. Användandet av lättprodukter bland gymnasieungdomarna i denna studie varierar en del. Ungdomarna framför dels att de inte alls använder lättprodukter samtidigt som en del använder både standardprodukter och lättprodukter. Utifrån vårt resultat använder ingen sig strikt av enbart lättprodukter.

Innehållsförteckning

Innehåll

1. Introduktion	5
2. Syfte	6
2.1 Frågeställningar	6
3. Bakgrund	7
3.1 Näring	7
3.2 Hur vi äter idag	8
3.4 Konsumtionsmönster	9
3.5 Teoretisk referensram	11
4. Metod	15
4.1 Design	15
4.2 Urval	16
4.3 Instrument	17
4.4 Genomförande/Insamling av data	18
4.5 Analys	19
4.7 Etiska överväganden	22
4.8 Litteratursökning	23
5. Resultat	24
5.1 Kodningsresultatet	24
5.2 Väljer gymnasieungdomarna i denna studie lättprodukter eller standardprodukter och vad motiverar valet?	24
5.3 Vad grundar gymnasieungdomar i denna studie sina tankar och användning av lättprodukter på?	26
5.4 Vad är positivt respektive negativt med lättprodukter enligt gymnasieungdomarna i denna studie?	27
5.5 Vem bör äta lättprodukter enligt gymnasieungdomarna i denna studie?	28
5.6 Vad tycker gymnasieungdomarna i denna studie om att skolan serverar lättprodukter?	29
6. Diskussion	31
6.1 Metoddiskussion	31
6.2 Resultatdiskussion	35
7. Slutsats	40
8. Implikation	41
Referenser	42

Förord

Innan denna Kandidatuppsats tog fart fick vi höra att arbetet med en uppsats är "en process" och att vi får acceptera att det kommer vara en tid med stora upp- och nedgångar. Så här med resultatet i hand, tio veckor senare, kan vi konstatera att det där att acceptera processen är svårt! Det har varit en period av frustration, rastlöshet och ibland även ilska, men också skrivglädje, nyfikenhet och framåtanda. Vi tror aldrig att man känner sig helt "färdig" med en kandidatuppsats, men med facit i hand kan vi konstatera att vi är stolta över det vi gjort!

Vi vill tacka vår handledare Stina för hennes stöttning och värdefulla kommentarer, men framför allt för att hon har påmint oss om att hålla oss inom ramarna. Vi vill även tacka våra klasskompisar i Ke6 (speciellt ni som suttit periodvis i "bunker-datasalen") – för alla skratt, all delad frustration och peppning på resan mot inlämning. Vi minns med glädje hur Pokerface förgyllt en del trista stunder. Utan er hade den här perioden blivit bra mycket tråkigare! Sist men inte minst vill vi kort och gott tacka varandra, vi klarar allt!

1. Introduktion

Oro gällande barn och ungdomars kost har traditionellt riktats mot näringsbrister (Bergström, Hernell, & Persson, 1993; Nestle, Wing, & Birch, 1998). Detta är inte längre ett problem i vårt välbärgade samhälle utan problemet idag är istället en överkonsumtion och då speciellt ett överflödigt intag av total energi och fett (Holsten, Deatrick, Kumanyika, Pinto-Martin, & Compher, 2011). Denna överkonsumtion och ohälsosamma kostvanor är ett växande folkhälsoproblem (Bergström et al, 1993; Hoppu, Lehtisalo, Kujala, Keso, Garam, Tapanainen, Uutela, Laatikainen, Rauramo, Pietinen, 2010; Story, Kaphingst, Robinson-O'Brien, & Glanz, 2011).

Ungdomar är en grupp individer som är mycket mottaglig för trender i världen och i samhället. Det innefattar allt ifrån mode till beteende och självklart mat och kosthållning (von Post-Skagegård, Samuelson, Karlstrom, Mohsen, Berglund, & Bratteby, 2002). Samtidigt har forskning visat att kostmönster förändras drastiskt under ungdomsåren (Prell, Jonsson, & Lissner, 2005). Västvärldens kostmönster överförs därför lätt till ungdomar vilket innebär att de anammar en kost med för lågt intag av vissa näringsämnen och vitaminer. Detta då vi i västvärlden konsumerar en stor mängd utfyllnadsmat där innehållet av fett och socker är högt (Nicola, Bull, & Phil, 1992). Då ungdomar dessutom växer mycket och har ett stort energi- och näringsbehov blir de en riskgrupp för utvecklande av både närings- och energibrister (Samuelson, Bratteby, Enghardt, & Hedgren, 1996).

Skolor är en bra miljö för att främja hälsosamma matvanor både genom utbildning och genom skolmåltiden. Enligt WHO (2012) finns det starka bevis för att skolan kan främja ett positivt kostmönster och bör därför erbjuda hälsosam mat. De kostvanor ungdomar har i tonåren har visat sig hålla i sig även i vuxen ålder (Berg, 2002; Nicola et al, 1992; Prell et al, 2005) och detta betyder att personer som ansvarar för skolmåltiden har en ypperlig möjlighet att befästa en hälsosam kosthållning redan i ung ålder hos dem man serverar.

2007 publicerade Livsmedelsverket "Bra mat i skolan" efter att regeringen gett uppdraget att utarbeta råd för måltider i förskola, familjedaghem, fritidshem, grundskola och gymnasieskola. Materialet är avsett som stöd för alla som arbetar med maten i skolan och målet är att främja bra matvanor hos skolbarn (Livsmedelsverket, 2007a). Skolan har stor potential att främja en hälsosam livsstil hos de barn de serverar då de flesta barn och ungdomar äter många av sina måltider utanför hemmet (Livsmedelsverket, 2007a; Story et al, 2007; Prell et al, 2005). I "Bra mat i skolan" understryks vikten av att maten uppfyller näringsrekommendationerna och det innebär att man väljer att servera nyckelhålmärkta (livsmedel med mindre andel socker och fett samt högt fiber- och fullkornsandel) mejeriprodukter, ost, matfett och charkuterivaror för att begränsa intaget av mättat fett som är skadligt i för stor mängd (Livsmedelsverket, 2007a).

Trender och dieter inom mat förespråkar sällan samma typ av livsmedelsval som Livsmedelsverket. En omtalad aktuell diet är LCHF (Low Carb High Fat) som innebär en kost med låg andel kolhydrater och hög andel fett. Livsmedelsverket avfärdar LCHF-dieten, främst på grund av att kosten innebär ett högt intag av mättat fett men även därför att intaget av fiber och fullkorn blir lågt (Livsmedelsverket, 2012c). Istället rekommenderas nyckelhålmärkta produkter och lättprodukter till allmänheten då de innehåller mindre eller annan typ av fett och/eller mindre socker än originalprodukten. Genom att välja lättprodukter menar Livsmedelsverket att intaget av mättat fett begränsas (Livsmedelsverket, 2011a).

För att förstå matval och förbättra ungdomars kosthållning är det viktigt att vara införstådd med omständigheterna kring matvalet (Holsten et al, 2011). För att kunna utveckla kostrekommendationer och meddelanden inom skolan för att hjälpa gästen att anamma en hälsosam diet och göra en förändring i kosten är det även viktigt att förstå vilka influenser som påverkar beteende kring mat och ätande (Nestle et al, 1998). Dahlgrens studie (2010) på gymnasieungdomar i Göteborgsområdet visar att ungdomar tycker att det är viktigt att maten i skolan är näringsriktig. Dock finns det relativt lite forskning kring just ungdomar och deras attityder och konsumtionsmönster jämfört med mängden forskning inom detta område som finns på vuxna (Cutler, Flood, Hannan, & Neumark-Sztainer et al, 2011).

Gymnasieungdomars tankar och åsikter kring lättprodukter är ett relativt outforskat område. Det är dock en synnerligen aktuell pågående debatt kring fett och lättprodukter i samhället idag. Denna studie förväntas därmed åskådliggöra nya aspekter inom detta kunskapsområde med möjlighet att bidra med ytterligare dimensioner i ungdomars matvanor.

2. Syfte

Syftet med denna studie är att belysa gymnasieungdomars tankar och åsikter kring, samt deras användning av lättprodukter.

2.1 Frågeställningar

1. Väljer gymnasieungdomar i denna studie lättprodukter eller standardprodukter produkter och vad motiverar valet?
2. Vad grundar gymnasieungdomarna i denna studie sina tankar och användning av lättprodukter på?
3. Vad är positivt respektive negativt med lättprodukter enligt gymnasieungdomarna i denna studie?
4. Vem bör äta lättprodukter enligt gymnasieungdomarna i denna studie?
5. Vad tycker gymnasieungdomarna i denna studie om att skolan serverar lättprodukter ?

3. Bakgrund

3.1 Näring

3.1.1 Näringsrekommendationer

Omfattande forskning visar tydliga indikationer på att människor genom sin kosthållning kan förhindra förekomsten av kroniska sjukdomar och övervikt och en förändring av kostvanor skulle resultera i stora hälsovinster (Story et al, 2011). Därför har Livsmedelsverket satt ihop fem kostråd som ska underlätta för svenskar att äta hälsosamt. Dessa kostråd går hand i hand med Nordiska Näringsrekommendationer. Kostråden från Livsmedelsverket innefattar bland annat rådet att använda magra mejeriprodukter och flytande matfett som flytande margarin och olja till matlagningen. Ett annat kostråd är att välja nyckelhållsmärkta chark- och mejerivaror (Livsmedelsverket, 2011a). Dessa råd syftar till att försöka begränsa intaget av mängden mättat fett (Livsmedelsverket, 2012a).

Anledningen till att mättade fettsyror är farligare än övriga fettsyror är att de ökar kolesterolhalten i blodet som i sin tur ökar risken för hjärt- och kärlsjukdom på lång sikt (Livsmedelsverket, 2012a; Abrahamsson, Andersson, Becker, & Nilsson, 2008). Livsmedelsverket (2012a) rekommenderar att högst 10 % av det dagliga energiintaget bör komma från mättat fett. En generell regel för att se om ett livsmedel innehåller mättat fett är att kontrollera hur stelt eller fast det är i rumstemperatur. Ju stelare fett är, ju mer mättat fett är det uppbyggt av (Abrahamsson et al, 2008). Därför rekommenderar livsmedelsverket att välja mjuka fetter istället för hårda fetter (Livsmedelsverket, 2012a). Livsmedelsverkets rekommendationer syftar inte till att förespråka en fettsnål kost utan det handlar om att välja rätt sorts fett. De fetter vi bör äta mer av är enkelomättade och fleromättade då de kan bidra till att sänka halten av det skadliga kolesterolet i blodet och därigenom minska risken för hjärt- och kärlsjukdomar. Livsmedelsverket rekommenderar sammantaget ett fettintag på 25-35 procent av det dagliga energiintaget (Livsmedelsverket, 2011b).

3.1.2 Fettets funktion

Fett är en mycket viktig beståndsdel i en näringsriktig kost. Förutom att i form av fettsyror, triglycerider, fungera som vår energireserv är fett viktigt för att vår kropp skall fungera ordentligt. Bland annat tillförs de livsnödvändiga fettlösliga vitaminerna via fett vi äter (Abrahamsson et al, 2008). Inne i kroppen består cellmembranet av olika typer av fettsyror. Cellmembranet kan liknas vid ett skydd för cellen, på samma sätt som huden är för människan (Rosengren & Rosengren, 2008). Fettväven fungerar som värmeisolering för att bibehålla en normal kroppstemperatur vid låga temperaturer. Ytterligare en viktig funktion hos fett är att skydda våra organ och agera stötdämpare (Abrahamsson et al, 2008). Fett har även en viktig roll i matlagning genom att flera smakämnen är fettlösliga och har en avgörande roll för smaken (Jonsson, Marklinder, Nydahl, & Nylander, 2007).

3.1.3 Nyckelhålmärkta produkter och lättprodukter

Nyckelhålet står för mindre eller nyttigare fett, mindre socker, mindre salt och mer kostfiber och fullkorn. För att en produkt ska bli nyckelhålmärkt måste den uppfylla någon av dessa krav i förhållande till normalprodukten. Genom att använda nyckelhålmärkta produkter kan man förbättra sina matvanor och må bättre (Livsmedelsverket, 2012b). Nyckelhålmärkta produkter och lättprodukter har ungefär samma innebörd, med lättprodukter menas nämligen livsmedel som innehåller mindre fett eller mindre socker än motsvarande normalprodukt. Exempel på lättprodukter som serveras i skolan är lättmjölk och lättmargarin.

Lättprodukter är livsmedel med mindre andel fett men lika andel näringsämnen. Vidare påpekar livsmedelsverket att den berikade lättmjölken dessutom innehåller mer D-vitamin än det fetare alternativet (Livsmedelsverket, 2011c). Rekommendationerna från SLV säger att barn behöver en halv liter mjölk om dagen. De rekommenderar alla att äta mindre mättat fett och hänvisar till lättmjölk, lättfil och lättoghurt. Skälet till att SLV rekommenderar lättmjölk till barn och ungdomar i alla åldrar är att minska intaget av mättat fett och inte intaget av kalorier (Livsmedelsverket, 2011c).

3.2 Hur vi äter idag

Ungdomar är en grupp individer som är mycket mottaglig för trender i världen, allt ifrån mode till beteende, mat och kosthållning (von Post-Skagegård, et al. 2002). Västvärldens kostmönster anammas därför lätt av ungdomar vilket innebär att deras kost innehåller för liten mängd av vissa näringsämnen och vitaminer, detta då västvärlden konsumerar en stor mängd utfyllnadsmat där innehållet av fett och socker är högt (Nicola et al, 1992).

Enligt undersökningar som Livsmedelsverket gjort har svenskar rätt energifördelning i sin kost. Det innebär att 25-35% av det dagliga energiintaget kommer ifrån fett, dock får vi i oss fel sorts fett. Det rör sig om för lite fleromättat och för mycket mättat fett (Livsmedelsverket, 2012a). Livsmedelsverkets kostråd och riktlinjer grundar sig på vetenskaplig forskning genom ett samarbete med forskare i Sverige och internationellt. Nya studier som publiceras och rön om kost värderas sedan för att livsmedelsverket skall forma så välgrundade råd som möjligt om kost och näring till den friska befolkningen (Livsmedelsverket, 2011a).

Stora förändringar har skett i vårt matsystem och de miljöer vi konsumerar mat i, bland annat har föräldrar börjat arbeta fler timmar, det är färre måltider inom familjer och fler måltider konsumeras utanför hemmet. Skolmatsmiljön kan ha en stor påverkan på barn och ungdomars matintag då upp till två måltider och mellanmål äts i skolan varje dag (Story et al, 2011).

3.4 Konsumtionsmönster

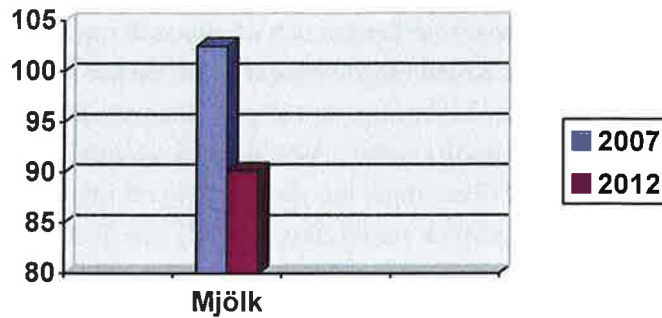
3.4.1 Allmänt om konsumtionsmönster

Matvanor och konsumtionsmönster har i flera nordiska studier visat sig grundas i familjens rådande socioekonomiska situation (Samuelsson, 2000; Nicola et al, 1992). Andra faktorer som påverkar är ålder och levnadsförhållanden och då speciellt om man bor med föräldrarna eller ensam (Nicola et al, 1992). Kostundersökningar i Europa har visat att människor med högre socio-ekonomisk status har kostvanor som är mer överensstämmande med kostråden än människor med lägre socio-ekonomisk status. Med socioekonomisk status menas nivå av utbildning och anställningsnivå. Till exempel har det visat sig att intaget av fet mjölk är högre bland dem med lägre socio-ekonomisk status (Berg, 2002) och de avstår dessutom från frukosten oftare än ungdomar från ett område med en hög socioekonomisk status (Samuelsson, 2000).

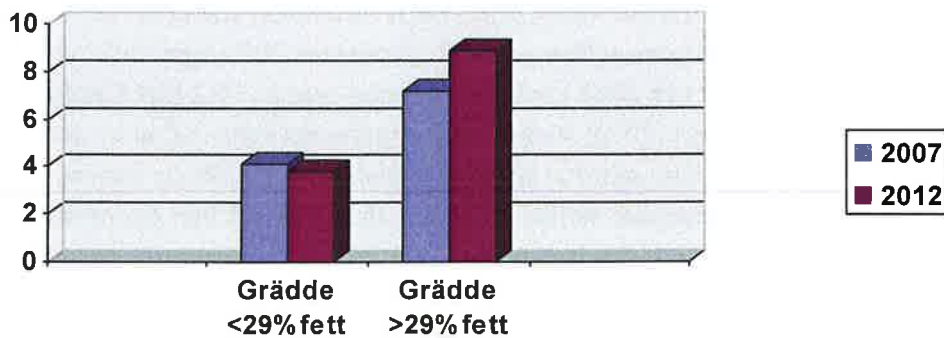
3.4.3 Konsumtion av mejeriprodukter

Branschorganisationen Svensk Mjölk (2012) och Jordbruksverket (2012b) rapporterar att vi i Sverige har minskat vår konsumtion av mjölk under hela 2000-talet. 2007 drack vi 102,5 liter mjölk per person och år och 2011 var konsumtionen nere på 90,2 liter (Jordbruksverket, 2012b) (se figur 2). Bergs (2002) studie kring ungdomars konsumtion av lättmjölk har även visat att specifikt ungdomar minskat sitt användande av lättmjölk de senaste åren. Även grädde under 29 % fett har minskat mellan 2007 och 2011 från 4,1 liter per person och år till 3,8 liter. Grädde med över 29 % fett har istället ökat, från 7,2 liter per person och år till 8,9 liter (Svensk mjölk, 2012) (se figur 2). Även konsumtionen av smör och ost har ökat mellan 2007 och 2011. Också Jordbruksverket rapporterar att smörkonsumtionen mellan 2000 och 2012 ökat med nästan ett helt kilo per person och år (Jordbruksverket, 2012a)

Konsumtion av liter mjölk per person och år



Konsumtion av liter grädde per person och år



Figur 2- Källa: Svensk mjök (2012)

I en studie av Berg (2002) har man genom kostundersökningar funnit att svenska ungdomars kost generellt innehåller för hög andel fett. Resultatet indikerar att 60-90% av svenska skolbarns kost överstiger den rekommenderade mängden på 30 % av det totala energiintaget under en dag. Dessa undersökningar visar att fettintaget istället ligger på 32-37% och mättat fett står här för 15-16%. Mjök är en viktig del i en skolungdoms kost och den största källan för protein och flera viktiga vitaminer och mineraler. Dock är mjök dessutom den huvudsakliga fettkällan, speciellt mättat fett. Då ungdomars dricker mer än en halv liter mjök per dag skulle ett byte från fet mjök till lättmjök innebära en minskning av 5 % av det dagliga energiintaget och 25 % av intaget av mättat fett per dag. Samma studie visar att endast 1/6 av de dryga 1700 som deltog valde lättmjök framför standardmjök (Berg, 2002).

3.5 Teoretisk referensram

3.5.1 Nivåer av påverkan på ungdomars konsumtion och tankar kring mat

Konsumtionsbeteende gällande mat är ytterst komplext och är ett resultat av samspelet mellan många olika influenser och sammanhang. Ett ekologiskt närmande är användbart för forskning på beteende kring ätande då man visar på att vi påverkas på olika nivåer, relationen mellan de många olika faktorer som påverkar hälsa och nutrition och sambandet mellan människan och dess omgivning (Story et al, 2011). Ett ekologiskt ramverk avbildar de många influenser som resulterar i vad människor äter (figur 1).

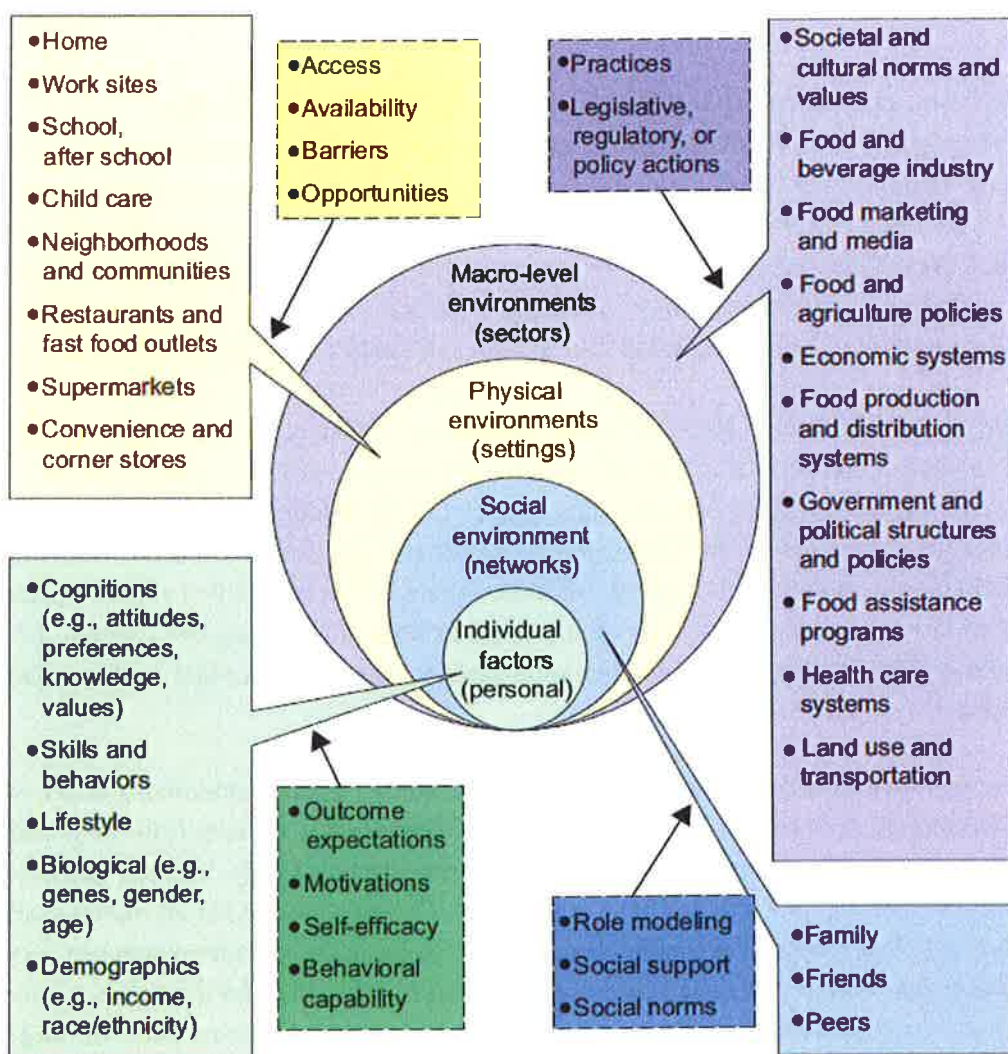


Figure 1
An ecological framework depicting the multiple influences on what people eat.

Figur 1. Källa: Story et al, 2011

I det ekologiska ramverket beskrivs den sociala omgivningen som interaktionen med familjen, vänner, kamrater och andra i ens omgivning. Den sociala omgivningen kan påverka matvalet genom mekanismer som förebilder, social stöttning och sociala normer. Nästa nivå i ramverket är den fysiska omgivningen som inkluderar de olika tillfällen där människor äter eller anskaffar sig mat, exempelvis hemma, på jobbet, i skolan, på restaurangen eller i affären (Story et al, 2011). Denna fysiska omgivning har inverkan på vilken mat som är tillgänglig att äta och viktiga barriärer och möjligheter som underlättar eller hindrar hälsosamt ätande (Story et al, 2011). Faktorer i omgivningens makronivå spelar en indirekt roll men ger en väsentlig och stark effekt på vad människor äter. Dessa faktorer inkluderar marknadsföring av mat, sociala normer, livsmedelstillverkningen och distribueringsystem, agrikulturella policier och ekonomisk prisstruktur. De olika nivåerna i det ekologiska ramverket samspelar och påverkar både direkt och indirekt människans (Story et al, 2011).

3.5.2 Primära, sekundära och tertiära faktorer som inverkar på matvalet

I slutet av ungdomsåren förändrar många ungdomar sin livsstil, inkluderat matvanor. Med ungdomar menas pojkar och flickor i åldersintervallet 15-21 (von Post-Skagegård et al, 2002). Det är en rad olika faktorer som påverkar ungdomars sätt att äta. I Neumark-Sztainer, Story, Perry, & Caseys (1999) studie ”*Faktorer som influerar ungdomars matval: resultat från fokusgruppdiskussioner med ungdomar*” kartläggs tre olika nivåer av anledningarna till ungdomars val av mat. Dessa nivåer delas in i de primära, sekundära och tertiära faktorerna.

Bland de primära faktorerna återfinns hunger eller att man känner sig sugen på något speciellt. Även matens egenskaper och då speciellt hur tilltalande den är i form av utseende och lukt har en avgörande roll för valet. Matens temperatur och tillagningssätt anges likaså bland de primära faktorerna medan måltidsmiljön också har stor betydelse för valet av mat men kommer bland de sekundära faktorerna. Måltidsmiljön handlar om i vilket sällskap personen är i, var de är någonstans och i vilken situation, till exempel födelsedag hos kusinen, fin restaurang med flickvännen, kvarterskrogen med närmsta vännerna eller fest med nya klasskompisarna (Neumark-Sztainer et al, 1999).

En faktor som nämns frekvent bland de primära faktorerna i detta sammanhang är tid, den en individ besitter att spendera på val av mat men också hur mycket tid som finns på grund av rådande situation med jobb eller skola (Neumark-Szteiner et al, 1999). Vidare beskrivs även bekvämlighet som en sista primär faktor. Deltagarna i studien påtalar här att maten skall vara snabb och enkel att tillaga. Den skall också vara lätt att ha med sig under dagen t.ex. i ryggsäcken samt vara lätt att diska och städa undan. Bland de sekundära faktorerna återfinns tillgänglighet som avgörande för vilket val man gör. Det rör sig om vad som finns för ungdomarna att tillgå, exempelvis i skolan genom skollunchen eller i automater (Neumark-Szteiner et al, 1999; Kourlaba, Panagiotakos, Mihos, Alevizos, Marayiannis, Mariolis, & Tountas, 2008).

Ungdomars sätt att äta är även influerat av den sociala miljön, familjen, vännerna och lärarna (Kourbala et al, 2008). Det är naturligt att barn och ungdomars matval influeras av vad deras föräldrar gör för inköp, lagar och tycker om. Även familjens kunskap om mat, matvanor, kultur och religion påverkar vilka matvanor deras barn utvecklar (Neumark-Szteiner et al, 1999). Som en sekundär faktor i Neumark-Szteiner et als (1999) studie nämns förväntningarna på hur matens skall svara till ungdomarnas behov som ytterligare en bidragande orsak till varför ungdomar väljer det de gör. Det förväntas att maten ska ge energi och bidra till kraft nog att prestera i skolan och framför allt i sportaktiviteter. Även vilken påverkan maten har på kroppen finns i åtanke och att se mer muskulös ut samt att lyckas bättre inom idrott ses som viktigt. Samtidigt fanns en önskan att känna sig mätt och frisk av de matval man gör (Neumark-Szteiner et al, 1999).

Bland de tertiära faktorerna återfinns vilket humör man är på, hur fixerad man är vid sin kropp, vilka vanor man har samt vilken kostnad man är beredd att lägga på mat. En annan faktor som har stor påverkan på ungdomar är det budskapet som kommer från media, det vi ser, hör och läser (Neumark-Szteiner et al, 1999). Även von Post-Skagegård et al (2002) beskriver att ungdomar lätt blir påverkade av nya trender och förändringar i samhället. Vidare beskriver von Post-Skagegård et al. (2002) att massmedia och reklam i tidningar, radio och i tv kraftigt bidrar till förändringar i ungdomars matvanor. Detta då dagens ungdomar växer upp omgivna av mer reklam, i massmedia, i synnerhet tv, än någon annan generation tidigare. Detta har visat sig ha stor påverkan på deras matvanor och deras fysiska aktivitet (von Post-Skagegård et al, 2002).

3.5.3 Ungdomars uppfattning av mejeriprodukter

I Bergs (2002) studie undersöks vilka influenser som påverkar skolbarns matval med fokus på fett och fibrer. Deltagarna i studien är ungdomar i Mölndals kommun. Genom intervjuer och enkäter får Berg bland annat fram att ungdomarna använde både lättmjölk och standardmjölk, lättmargarin och fetare bordsmargarin men användningen av de fetare alternativen var större. I intervjuerna diskuterades anledningen till att ungdomarna gjorde dessa val och här nämndes smak, tillgänglighet, hälsoskäl och vana. Andra faktorer som påverkade var användningsområdet, andras konsumtion, bekvämlighet, tid, kostnad och kultur. Studien indikerar dessutom att föräldrar påverkar sina barns val av mejeriprodukter i en stor utsträckning. Genom intervjuer och enkäter påvisades att föräldrar överför en uppfattning att barn behöver mjölk med högre fetthalt. Studien visar även på att mjölkfett ses som lämpligt för barn, en uppfattning som till viss del anammas av barnen (Berg, 2002).

Ungdomarna i undersökningen rapporterade att de konsumerade samma typ av mejerivaror som deras föräldrar använde, dels av vana, dels för att uppfylla föräldrarnas önskan. Föräldrar påverkar sina barns matval delvis via normer och val av livsmedel som erbjuds (Berg, 2002). Därigenom blir det tydligt att familjen spelar en viktig roll för kostbeteende och matval och även fettintaget. Bergs (2002) studie antyder även att det finns vissa bevis för att uppfattning-

ar och beteende kring kost befästs i hemmet och stannar även när barnen lämnat hemmet. Enligt Berg (2002) är det möjligt att föräldrar influerar sina barn, inte enbart genom vilken mat de köper och serverar i hemmet, utan också genom att påverka deras vanor, attityder och trosföreställningar vilket resulterar i vissa matval och preferenser.

Bergs (2002) studie visade även att ungdomarna ansåg att de inte behövde äta produkter med mindre fetthalt då de fortfarande växer. Ungdomarna ansåg även lättprodukter vara onaturliga. Deltagarna uppvisade dock en förståelse för att en minskning av fett är hälsosamt men detta behöver inte nödvändigtvis resultera i att de valde lättmjölk. Dock var det deltagare i studien som upplevde ett begränsat fettintag som positivt och därför använde mejeriprodukter med ett reducerat fettinnehåll. Genom enkäterna framkom det att de som använde lättmjölk tyckte att ett högt fettinnehåll var negativt medan de som använde fetare mjölk upplevde ett högt fettintag som positivt (Berg, 2002). Faktorer som ungdomarna upplevde negativt med ett högt fettintag var påverkan på vikten i form av viktuppgång. De som drack lättmjölk uppvisade större fokus vid att begränsa sin viktuppgång än de som drack mjölk med högre andel fett (Berg, 2002).

Att välja nyckelhålmärkta produkter och lättprodukter rekommenderas då det är hälsosamt (Livsmedelsverket, 2011a). Dessa riktlinjer verkar dock inte fått genomslagskraft då den svenska befolkningen har ett för högt fettintag (Livsmedelsverket, 2012a). Gracey et al (1996) har undersökt vilka hinder ungdomar ser för att äta hälsosamt. De hinder man angav var att nyttig mat inte fanns i hemmet, att det inte finns att tillgå i skolan, okunskap om kaloriinnehåll, brist på kontroll över matinköp och problem med att upprätthålla en hälsosam kosthållning. I samma undersökning fick ungdomarna även ange vilka fördelar de såg med att äta hälsosamt. Dessa fördelar var att förbättra hälsan, få energi, må bra, sänka kolesterolet, testa viljestyrkan, kontrollera vikten och förbättra utseendet.

4. Metod

Då vårt syfte var att undersöka gymnasieungdomars tankar och åsikter kring lättprodukter valdes således att göra kvalitativa fokusgruppintervjuer. Att göra en kvalitativ undersökning bygger främst på att samla in data genom observationer eller intervjuer (Patel & Davidson, 2011).

4.1 Design

Det var av stor vikt att välja ett tillvägagångssätt som var lämpligt för det vi ville undersöka och sedan ligga till grund för underlaget till våra intervjuer (Bryman, 2011; Broberg & Petrakou, 2003). Studiens syfte var att belysa och undersöka ungdomars tankar och åsikter kring samt användning av lättprodukter. Då individers tankar, åsikter och attityder är ytterst svåra att observera och fånga in, valde vi att använda en kvalitativ metod som kan beskriva individers attityder, handlade och konsumtionsmönster (Andersson, Carlsson, Christensen & Haglund, 1998).

Inom kvalitativ forskning är uppfattningen att "sanningen" finns i betraktarens ögon, omvärlden ses som subjektiv, komplex, kontextberoende och konstruerad. Kvalitativ forskning, baserad på data från berättelser och observationer, kräver förståelse och samarbete mellan forskaren och deltagarna, så att texten är ömsesidig, sammanhängande och på gemensamma värdegrunder (Graneheim & Lundman, 2003). Text som är föremålet för analys bör sedan analyseras i sitt sammanhang, vilket innebär att vår tolkning av intervjupersonerna genomfördes med medvetenhet om deras personliga historia, livsvillkor och rådande kultur. Läsaren ger sedan texten mening och har inte *en* given sanning, flera tolkningar är möjliga och kan vara giltiga (Granskär & Höglund-Nielsen, 2008).

Den metodologiska ansatsen vi valde att gå i riktning mot var av induktiv karaktär. En induktiv ansats innebar att vi, utan att lägga in egna värderingar, analyserade den data vi erhölet. Data i form av texter är baserad på människans berättelser om sina upplevelser (Granskär & Höglund-Nielsen, 2008). Den induktiva processen innebar att vi kunde dra generella slutsatser av våra intervjuer och att teorin uppstod genom de resultat vi erhölet (Bryman, 2011). Denna studie var av en deskriptiv karaktär då den utfördes inom problemområden där det redan finns viss mängd kunskap.

Vår undersökning var deskriptiv då den beskrev egenskaper hos en grupp människor (Patel & Davidson, 2011). I en deskriptiv undersökning begränsar man sig till att undersöka några aspekter av de fenomen man är intresserad av. Dessa beskrivningar är grundliga och detaljerade. Det kan både vara en beskrivning av varje aspekt för sig men även en beskrivning av sambandet mellan olika aspekter. Ofta kommer endast en teknik för att samla information till

användning vid deskriptiva studier vilket för oss var kvalitativa fokusgruppintervjuer (Patel & Davidson, 2011).

4.2 Urval

Vi valde gymnasieungdomar som undersökningsgrupp då vår yrkeskategori arbetar med måltider för bland annat barn och ungdomar. Ungdomarna var under sitt andra eller tredje år på gymnasiet och vi hade förhoppningen att de fått tid att lära känna varandra och därigenom kunna känna sig bekväma i gruppen. Dessutom förväntade vi oss att denna grupp individer borde inhämtat kunskap om näring, både genom skolan och privat, samt börjat forma egna tankar och åsikter kring mat. Likväl att denna ålderskategori skulle kunna föra en väsentlig diskussion kring ämnet lättprodukter.

De metodologiska överväganden som gjorts har resulterat i att undersökningen bygger på en kvalitativ ansats med fokusgruppsintervjuer som undersökningsmetod.

Som urvalsstrategi valde vi ett bekvämlighetsurval, det vill säga att vi valde ut personer för fokusgruppsintervjuerna som var lättast att nå (Patel & Davidsson, 2011; Bryman, 2011). Till en början kontaktade vi dock rektorer på sex olika närliggande gymnasieskolor i Göteborgsområdet. Via e-postmeddelanden bad vi att få komma i kontakt med klassföreståndare för samhälls- och naturvetenskapsklasser. Vi fick tyvärr ingen återkoppling från rektorer eller klassföreståndare och kontaktade därför ytterligare fyra gymnasieskolor per telefon. Inte heller dessa skolor var intresserade av att delta i studien på grund av tidsbrist.

Vi fick därför byta angreppssätt och kontaktade istället genom vänner och bekanta ungdomar som passade in i vår profil. De potentiella deltagarna kontaktades per telefon och vi förklarade syftet med vår undersökning och vilken dennes roll skulle bli. Vi förklarade även att deltagandet var helt frivilligt och eventuell avslutning av deltagandet inte skulle medföra några negativa följder. Om personen vi kontaktat var intresserad av att delta bestämde vi tid och plats för fokusgruppsintervjun. De fick även ett e-postmeddelande innehållande Informationsbrevet för fokusgruppsdeltagare som vi utformat (se bilaga 1). Då en likartad socioekonomisk bakgrund underlättar interaktionen tillämpades ett snöbollsurval (Kreuger, 2000; Wibeck, 2000). Ett snöbollsurval innebär att man genom första kontakten får kontakt med ytterligare deltagare (Bryman, 2011). Denna urvalsmetod betydde att vi antog att deltagarna kände varandra, vilket var vår önskan.

Vi bestämde oss för att genomföra tre intervjuer med mellan fem till åtta studenter i varje grupp, detta i samråd med handledaren och med stöd från Wibeck (2002) som rekommenderar detta antal deltagare. Det var även vår önskan att vi skulle ha en grupp med enbart pojkar, en grupp med enbart flickor samt en blandad grupp. Wibeck (2002) förklarar hur homogena respektive heterogena grupper fungerar i en gruppdiskussion. Författaren beskriver att fördelar med en homogen grupp är att det underlättar för deltagarna att dela med sig av personliga

åsikter och information. Vidare förklarar Wibeck (2002) att en heterogen grupp möjliggör för fler infallsvinklar kring ämnet vilket i vårt fall var intressant.

4.3 Instrument

I datainsamlingsprocessen har vi använt av oss av olika instrument. Vi utarbetade ett brev till klassföreståndare (se bilaga 2) samt ett informationsbrev till deltagarna (se bilaga 1) i våra kvalitativa fokusgruppintervjuer. Vidare presenterade vi även ett informationsbrev gällande de forskningsetiska principer som forskningsrådet publicerat.

Inför intervjuerna sammanställdes ett skriftligt material innehållande de forskningsetiska principerna. Ett intervjuformulär utformades med frågor av öppen karaktär för att möjliggöra en bred och innehållsrik diskussion (se bilaga 3). Frågor som endast kunde besvaras med ja eller nej valdes bort då risken fanns att ungdomarna besvarade dessa kortfattat (Kreuger, 2000). Förutom intervjuens nyckelfrågor fanns även en slutfråga där intervjuledaren återkoppade till studiens syfte och därigenom försäkrade sig om att inga viktiga aspekter förbisettes.

4.3.1 Informationsbrev

Utöver den muntliga informationen vi gav vid varje intervjutillfälle så fick varje deltagare även ett informationsblad (se bilaga 1). På detta informationsblad beskrevs de etiska överväganden som gjordes inför undersökningen. Det framgick tydligt vad resultatet skulle användas till och hur det redovisas. Vad deltagarnas uppgift var samt hela syftet med hela intervjun framkom också tydligt på bladet. Vidare framkom även information om att intervjun var frivillig, hur lång tid den beräknades att ta samt att den när som helst kunde avbrytas. Vi poängterade också att alla uppgifter skulle behandlas konfidentiellt samt att de citat som skulle komma till användning, inte på något sätt kunde avslöja huvudpersonen bakom.

4.3.2 Kvalitativa fokusgruppsintervjuer

En fokusgruppsintervju är en diskussion mellan en grupp människor med minst två deltagare. Gruppen får utifrån frågor diskutera ett ämne i ett begränsat tidsintervall där fokus ligger på samspelet mellan gruppens medlemmar (Wibeck 2000; Bryman 2011). Samtalet leds av en samtalsledare som ställer frågorna och introducerar nya aspekter om det behövs. Vanligen deltar även i samtalet en sekreterare eller observatör som antecknar och hjälper till att dokumentera processen (Wibeck, 2000; Svenska Kommunförbundet 1999). Fokusgruppsintervjuer används ofta inom akademisk forskning som ensam metod att studera attityder och värderingar kring ett visst ämne (Wibeck, 2000).

Wibeck (2000) och Bryman (2011) förklarar att en gruppintervju ger en inblick i hur människor tänker och talar och hur de reagerar inför olika produkter. Samtidigt ger en fokusgruppsintervju också svar på hur människor reagerar på varandras åsikter (Bryman, 2011). Vidare förklarar Wibeck (2000) att fokusgrupper är ett givande sätt att undersöka på vilket sätt människor handlar och bakomliggande orsak till handlandet. Detta är i vårt fall relevant då vårt

syfte var att belysa ungdomars tankar och åsikter kring lättprodukter och övriga aspekter kring deras konsumtion av lättprodukter.

Fördelen med att använda sig av fokusgruppsintervjuer är att metoden är flexibel och anpassningsbar till både målgrupp och situation. Det ges även en möjlighet att ställa följdfrågor vid behov (Svenska kommunförbundet 1999). Ytterligare en anledning är att en intervju med flera deltagare stimulerar även till nya idéer och insikter hos deltagarna då de har möjlighet att utifrån andra deltagares svar föra ett djupare resonemang (Svenska kommunförbundet, 1999).

De kvalitativa intervjuerna som genomfördes var av semistrukturerad design vilket innebär att en intervjuguide följs där specifika teman behandlas (Patel & Davidsson, 2011; Bryman, 2011). Intervjudeltagarna har stor frihet att utforma sina svar på sitt eget sätt. Personen som håller i intervjun behöver inte ställa alla frågor i samma ordning som guiden utan har möjlighet att utforma intervjun efter det deltagarna säger. I stora drag kommer dock frågorna att ställas i den ursprungliga ordningen. Tonvikten i kvalitativa intervjuer ligger på hur personen som intervjuas uppfattar och tolkar frågorna och därför följer intervjupersonen inte intervjuguiden slaviskt (Bryman, 2011).

Till skillnad mot kvantitativa undersökningar är tillvägagångssättet i kvalitativ forskning betydligt mindre strukturerat. Tyngden i kvalitativa intervjuer ligger på intervjudeltagarens egna uppfattningar och synsätt. Kvalitativa intervjuer ger utrymme för deltagarna att svara med egna ord (Patel & Davidsson, 2011), vilket vi var ute efter. Forskaren eftersträvar fylliga och detaljerade svar (Bryman, 2011) och intervjuer frambringar generellt sett mer utvecklade svar i jämförelse med enkäter (Svenska kommunförbundet, 1999; Wibeck, 2000). Det är därför önskvärt att tillåta att intervjun tar olika riktningar för att fånga in vad deltagaren tycker är viktigt. Detta resulterar i att forskaren i stor utsträckning kan gå ifrån intervjuguiden och möjligheten till följdfrågor och förtydliganden finns (Bryman, 2011). Med hänsyn till dessa utgångspunkter valdes kvalitativa fokusgruppintervjuer då vi ansåg att denna typ av ansats passade vårt syfte bäst.

4.4 Genomförande/Insamling av data

4.4.1 Fokusgruppintervju

Under en vecka genomfördes tre intervjuer som var i genomsnitt ca en timme långa. Utgångspunkten i intervjuerna var intervjuformuläret vi utarbetat (se bilaga 3).

Vi inledde alla intervjutillfällen med att hälsa alla välkomna och tacka för att de ställt upp. Vidare presenterade vi oss mer utförligt, vilka vi var och vad en kandidatuppsats innebär. Då deltagarna redan kände varandra var det inte nödvändig med en presentation dem emellan. Vi gick sedan igenom hur intervjun skulle gå till, vad den kommer att användas till, var och hur den publiceras samt deltagarnas roll. Vi delade även ut ett informationsblad (se bilaga 1) och information om de forskningsetiska principerna till samtliga deltagare.

Vi förklarade att allt material från intervjun kommer att behandlas konfidentiellt, hur lång tid intervjun beräknades ta och att vi skulle spela in intervjun.

Efter introduktionen förklarade vi att vi skulle sätta i gång och att en av oss kommer att vara mer ledande i diskussionen genom att ställa våra frågor och leda intervjun i stort. Under intervjun fick deltagarna uttrycka sina uppfattningar både individuellt och i diskussion med de övriga deltagarna. Intervjuledaren bad även deltagarna i vissa fall att utveckla sina kommentarer och de som inte sa så mycket uppmuntrades att delta. Efter varje avslutad intervju tackade vi deltagarna att de tagit sig tid att delta i undersökningen samt erbjöd en förfriskning som tack.

Vi valde att genomföra de intervjuerna mindre rum än i större öppna rum då Wibeck (2000), påtalar att omgivningen spelar stor roll för resultatet av diskussionen då forskning visat att gruppens interaktion är mer intensiv i små rum än stora. Vi valde ett rum i ett bibliotek för att skapa en så neutral miljö som möjligt.

Vidare placerade vi intervjudeltagarna vid ett runt bord för att samtal mellan personer som sitter mittemot varandra är vanligare och känns mer naturligt för deltagarna än sittandes i andra positioner (Wibeck, 2002). Det har även framkommit i studier att hur gruppmedlemmarna sitter, påverkar deras uppfattning om status, deltagningsgrad, hur de deltar i diskussionen och hur ledande de blir. Genom att placera personer i ett cirkelmönster, eliminerar man således denna problematik (Wibeck, 2000).

En av oss utsågs till att leda intervjuerna medan den andra satt vid sidan om och hade följdfrågor och antecknade ungefärliga tidpunkter för viktiga inlägg, något som skulle underlätta vid transkriberingen vid senare tillfälle.

Vi valde att samma person skulle vara intervjuledare vid samtliga intervjuer för att bli van i sin roll. Gruppintervjuerna spelades in med hjälp av en mobiltelefon för att ge samtalsledaren möjlighet att fokusera på ämnet och diskussionen. Wibeck (2000) förklarar dessutom att det är av fördel att använda bandspelare då deltagarna i diskussionen ofta tänker bort att det finns där och pratar på som vanligt. Bryman (2011) styrker valet av bandspelare genom att det underlättar att veta vem som säger vad genom att spela in. Att även ta hjälp av en videokamera tar lite mer fokus från intervjun och risken finns att deltagarna ändrar sitt beteende då de möjligen kan känna sig obekväma (Wibeck, 2000).

4.5 Analys

4.5.1 Kvalitativ innehållsanalys

För analysen av resultatet så använde vi kvalitativ innehållsanalys som metod. Kvalitativ innehållsanalys är en vetenskaplig metod som i första hand används för att tolka och analysera texter (Granskär & Höglund-Nielsen, 2008) och var därför passande för denna studie. Kvalitativ innehållsanalys är användbar då texter, genom denna metod, kan analyseras och tolkas på

olika nivåer och kan därför användas inom många forskningsområden (Granskär & Höglund-Nielsen, 2008). Med texter menas här exempelvis protokoll från observationer och intervjuer.

I kvalitativ innehållsanalys används begreppet analysenhet för det material som har analyserats, i denna studie data från fokusgruppintervjuer. Data från intervjuerna har delades in i områden med samma struktur eller innebörd, i denna studie delades texten in efter frågeställningarna. Därefter kategoriserades texten i meningsenheter där texten hör ihop genom sammanhanget eller innehållet. Vi var noga med att använda lagom stora meningsenheter för att underlätta analysen. Meningsenheterna kondenserades sedan genom en förkortning av textinnehållet så endast den centrala innebörden bevarades, detta för att göra texten lätthanterlig (Granskär & Höglund-Nielsen, 2008).

I kodningsprocessen döptes de olika meningsenheterna där kodnamnen kortfattat beskrev meningsenheternas innehåll. Koderna delades därefter in i kategorier för att sammanföra koder med liknande innehåll. Kategorierna ordnades på ett sådant sätt att ingen kod kan falla mellan kategorier eller passa in i två olika kategorier, det innebär dessutom att data inte utesluts på grund av att den inte passar in i någon kategori (Granskär & Höglund-Nielsen, 2008).

Det första steget vid användning av den kvalitativa innehållsanalysen är att bestämma om analysen av texterna skall fokusera på det synliga eller det dolda innehållet (Graneheim & Lundman, 2003). Fokus på det synliga innehållet passade vår studie då den behandlar innehållsaspekten och beskriver textens synliga delar och är passande för personer som är oerfaren inom forskning. Det dolda innehållet fokuserar istället på att tolka det underliggande och dolda budskapet i texten (Graneheim & Lundman, 2003).

4.5.2 Analys

Efter avslutade intervjuer genomfördes transkribering på samtliga intervjuer där allt som sagts i detalj skrevs ned med hjälp av ett ordredigeringsprogram på datorn. Varje transkriberingsdokument kallas för en ”analysenhet” (Granskär & Höglund-Nielsen 2008). Texten delades in i så kallade meningsenheter, textstycken med samma innebörd. Eventuella anteckningar som förts till varje intervju gav också stöd åt transkriberingen som gjordes så snabbt som möjligt efter avslutad intervju medan intervjun fortfarande var färsk i minnet.

Den första transkriberingen valde vi att kalla ”originaltranskriberingen” och var tänkt att komma till användning vid resultatet genom användning av exakta citat från intervjuerna för att kunna styrka vissa påståenden i texten.

Vi gjorde sedan en förenklad version av transkriberingarna, något som i vetenskapliga termer kallas för ”kondensering”. Kondensering innebär att man kortar ner meningsenheterna därigenom får mer lätthanterliga meningar samtidigt som den centrala innebörden behålls. Samtidigt så förtydligade vi också vad vederbörande sagt till en högre logisk nivå. Detta är, enligt Granskär & Höglund-Nielsen (2008) beskrivet som att abstrahera en meningsenhet.

Efter de två första stegen gav vi varje meningsenhet en kod, som berättade i vilken kategori meningen kom att hamna i. Vi placerade in alla meningsenheter med liknande innehåll i olika kategorier. Sedan arbetade och analyserade vi resultatet utifrån de olika kategorierna.

De frågeställningar som underbyggde vårt syfte valdes som "huvudteman". Inom varje tema så fanns de kategorier vi skapat där vi placerat våra meningsenheter. För att binda samman de underliggande innehållen i kategorierna, sammanställdes sedan resultatet till en löpande text indelat i frågeställningarna. I tabell 1 visas ett exempel på vilka koder som framkommit i kodningsprocessen av frågeställning ett; "Väljer gymnasieungdomar i denna studie lättprodukter eller standardprodukter?"

Tabell 1. Exempel på indelning av kondenserad meningsenhet, kod och kategori utifrån frågeställning 1

Väljer gymnasieungdomar i denna studie lättprodukter eller standardprodukter?		
Kondenserad meningsenhet	Kod	Kategori
- inte reflekterat över vad som står i kylan - Vet inte vad som används...	<i>Igen reflektion</i>	Omedvetenhet
- använder något mittemellan	<i>Mittemellan</i>	Användning
- köper det man brukar utan att reflektera mycket över det - köper det vi brukar ha i kylskåpet	<i>Köper det man brukar</i>	
- Använder en blandning av lättprodukter och vanliga - en blandning - använder några lättare mejeriprodukter för att också kunna ha fetare alternativ som gräddor och riktigt smör.	<i>En blandning</i>	
- beror på vilket tillfälle det är och vad det ska användas till.	<i>Beror på tillfälle</i>	
... och vad motiverar valet?		
- tycker fett är bra - ungdomar behöver fett	<i>Positiva till fett</i>	Fettinnehåll
- fett spelar inte så stor roll. - skillnaden mellan lätt- mellanmjölk är obetydlig	<i>Fettet obetydligt</i>	
- mindre fett i lättprodukter.	<i>Mindre fett</i>	
- de smakar inte lika gott som ett fetare alternativ. - smakar bättre än vanliga alternativ.	<i>Smak</i>	Egenskaper
- lättprodukter är blaskiga eller vattniga - feta produkter är för tjocka i konsistensen	<i>Konsistens</i>	

4.7 Etiska överväganden

För personer som är direkt involverade i forskningsprocessen finns det en del etiska frågor att ha i åtanke. Dessa rör ofta frivillighet, integritet, konfidentialitet och anonymitet och att säkerhetsställa att inget av detta rubbas hos de deltagande i undersökningen.

Gällande de etiska aspekterna så har Vetenskapsrådet, en svensk myndighet som bistår forskningen ekonomiskt, formulerat fyra övergripande etikregler för forskare att följa. Dessa är: informationskravet, samtyckeskravet, konfidentialitetskravet, nyttjandekravet (Patel & Davidson 2011; Bryman, 2011)

4.7.1 Informationskravet

Informationskravet innefattar allt som har med att informera sina deltagare att göra. Dels skall man informera om undersökningens syfte och vad den kommer att användas till men också förtydliga att deras deltagande är frivilligt och att det när som helst kan avbrytas (Bryman, 2011; Patel & Davidson, 2011; Vetenskapsrådet, 2002).

Detta var något som vi vid varje intervju berättade i inledningen i samband med att vi välkomnade och tackade deltagarna för att de ställt upp.

4.7.2 Samtyckeskravet

Vidare till samtyckeskravet som handlar om att deltagarna i undersökningen själva får bestämma över sin medverkan. De måste ge sitt godkännande och samtycke för sitt deltagande. Om deltagarna är minderåriga så behövs målsmans underskrift för ett deltagande inhämtas (Bryman, 2011; Vetenskapsrådet 2002).

De personer som deltagit i vår studie har alla varit över 18 år vilket innebär att vi inte behövt erhålla något skriftligt samtycke från målsman. Utan deltagarna har själva godkänt sitt deltagande och bestämt över detsamma.

4.7.3 Konfidentialitetskravet

Alla uppgifter som har med deltagarna i undersökningen att göra måste behandlas med största möjliga sekretess. Deltagarna måste kunna försäkras om att deras personuppgifter inte hamnar hos obehöriga (Bryman, 2011; Patel & Davidson, 2011; Vetenskapsrådet, 2002).

Vi informerade våra intervjudeltagare om att alla uppgifter kommer att behandlas konfidentiellt och att inga namn kommer att nämnas i uppsatsen. Däremot sa vi att vi kommer att använda vissa citat.

4.7.4 Nyttjandekravet

Kopplat till nyttjandekravet är att man informerar sina deltagare om att alla de uppgifter som samlas in genom intervjuerna enbart kommer att användas i forskningsändamålet (Bryman, 2011; Patel & Davidson, 2011; Vetenskapsrådet, 2002). Uppgifterna kommer heller inte att lämnas ut till någon social myndighet eller liknande. Även detta var något som vi klargjorde i början av intervjun.

4.8 Litteratursökning

Anskaffandet av litteratur har inneburit olika tillvägagångssätt. Sökandet av lämpliga vetenskapliga artiklar och böcker har dels skett genom Göteborgs Universitets databaser som GUNDA och GUPEA men också Universitets och andra närliggande bibliotek. Vid sökandet av artiklar skapades speciella mappar för de nyckelord som använts vid sökandet. Funna artiklar sparades sedan i respektive mapp.

Utifrån de artiklar vi funnit har vi också hittat andra relevanta artiklar genom dess referenslista. En del litteratur har vi redan bekanta med genom tidigare kurser.

5. Resultat

Syftet med studien är att genom fokusgruppintervjuer belysa gymnasieungdomars tankar och åsikter kring, samt deras användning av lättprodukter. Resultatet från de tre fokusgruppintervjuerna visar på att gymnasieungdomarna i denna studie associerar lättprodukter med en önskad viktminskning och skönhetsideal och att skolmåltiden därför inte bör servera dessa produkter. Gymnasieungdomarna i den här studien uppfattar även lättprodukter som onaturliga och feta produkter som naturliga. Resultatet av studien tyder även på att ungdomarnas tankar och åsikter kring lättprodukter influerats av familjen och media och att valet av produkt grundas i en vana och av sensoriska egenskaper hos produkten.

5.1 Kodningsresultatet

Den data vi fick in från fokusgruppintervjuerna analyserades genom kvalitativ innehållsanalys och därigenom delades texten in i kategorier. Vi fick fram 19 kategorier och i resultatet redovisas dessa kategorier som underrubriker för att ge svar åt frågeställningarna.

5.2 Väljer gymnasieungdomarna i denna studie lättprodukter eller standardprodukter och vad motiverar valet?

Genom kodning har sex olika kategorier inom denna frågeställning framkommit och ungdomarnas svar redovisas uppdelat efter dessa kategorier nedan.

5.2.1 Användning

Utifrån svaren från fokusgrupperna kunde vi genom kodning se varierande nivå av användning. Några av deltagarna använde inte lättprodukter alls medan andra använde en blandning eller produkter som varken är lättprodukter eller standardprodukter. Det var inte någon som valde enbart lättprodukter. Det var dock flera som inte reflekterade över vad de använde utan åt det som stod i kylskåpet eller handlade det man brukade handla. Det angavs även att man lät situationen avgöra vilken produkt man valde, en av deltagarna var intresserad av matlagning och menade att han valde några lättare mejeriprodukter för att kunna använda fetare alternativ i matlagningen.

Lagar jag mat, använder jag hellre riktigt smör än att använda rapsolja eller smörblandning på tub. Använder hellre riktigt smör och steker i, det höjer ju smakerna. Det är ju samma sak med grädde, då tar jag hellre riktig grädde för att det smakar bättre

Pojke, 18 år

5.2.2 Fettinnehåll

På frågan vad som motiverade intervjudeltagarnas val av produkt skiljde sig svaren mellan de som använde både lättprodukter och standardprodukter och de som inte använde lättprodukter. Ungdomarna som inte använde lättprodukter angav att de tyckte att fett var positivt och att några procents skillnad i fetthalt hade obetydlig påverkan på kroppen. De som använde både lättprodukter och standardprodukter eller någonting mitt emellan grundade sina val på att det är positivt att använda produkter som innehåller mindre fett.

5.2.3 Egenskaper

En annan faktor som var angörande för valet av produkt var dess egenskaper. Ungdomarna som valde standardprodukter tyckte att dessa hade bättre sensoriska egenskaper i form av konsistens och smak. Även deltagarna som valde att använda lättprodukter angav produktens sensoriska egenskaper som en bakomliggande orsak. Exempelvis ansåg dessa deltagare att lättkeso och lättmjölk hade bättre smak och utseende än motsvarande standardprodukt.

5.2.4 Vana

Gemensamt för merparten av deltagare i denna studie var att valet av produkter grundade sig i vanor som de haft sedan barnsben. Deltagarna som valde bort lättprodukter motiverade även valet att inte äta lättprodukter med att de aldrig ätit lättprodukter tidigare i sina liv och därför inte kommer att välja det i framtiden.

5.2.5 Kännedom

Att valet föll på standardprodukter istället för lättprodukter berodde även på att kunskapen om lättprodukters påverkan på kroppen saknades och därför valde deltagarna bort det alternativet. Vidare förklarade deltagarna att det är svårt att veta om lättprodukter är positivt eller negativt när man inte är insatt i ämnet. De angav även att de kanske skulle börja äta lättprodukter om de visade sig ha positiv effekt för kroppen.

Alltså, jag är inte så påläst just vad det gör för kroppen, om det kan ha positiva effekter om man väljer lätta produkter när man blir äldre då kommer man ju kanske välja det, om det skulle påverka mig på ett positivt sätt. Men just nu väljer jag det inte.

Flicka, 17 år

5.2.6 Utseende

Genom fokusgruppintervjuerna blev det även tydligt att ungdomarna i denna studie hade produktinnehållets påverkan på kroppen i åtanke. De som till viss del valde lättprodukter ansåg

att de bidrar till att man håller sig smal eller bibehåller sin vikt. Dessa deltagare var även av åsikten att lättprodukter är det bästa valet om man vill vara snygg och vältränad.

5.3 Vad grundar gymnasieungdomar i denna studie sina tankar och användning av lättprodukter på?

5.3.1 Hemmet

De deltagande gymnasieungdomarna angav att föräldrarna hade stor påverkan på deras tankar kring lättprodukter och deras val av produkter. De uttryckte att det kändes naturligt att välja den produkt som de växt upp med. De berättade att deras föräldrar alltid köpt en viss lättprodukt och därför ser de positivt på denna. Andra sa att deras föräldrar var helt emot lättprodukter och därför själva anammat en negativ inställning.

alltså mamma är ju väldigt emot lättprodukter över huvudtaget om det är liksom cola light, hon förespråkar inte alls det. Det är nog väldigt mycket utifrån det som jag tycker som jag tycker. Jag vet att mamma använder liksom mer grädde i maten, hon eller vi köper inte heller typ Lätta som smör utan vi använder Bregott och sådär så vi köper väl lite mer vanliga kan man säga
Flicka, 17 år

5.3.2 Vana

Deltagarna ansåg också att deras användande grundade sig i en vana att använda vissa produkter. Uttryck som "det sitter i ryggmärgen" och "det är rutin" användes i detta sammanhang. Om ungdomarna var delaktiga i inköpen i hemmet handlade man samma produkter som vanligtvis finns hemma och de uttryckte även att de sällan bytte fabrikat. Deltagarna berättade även att valet av en speciell produkt kan ske närmast automatiskt, utan stor eftertanke eller övervägande.

Jag hade nog alltid tagit den blåa oavsett om det hade varit 0,5 eller 5 procent fett. Bara det är mittemellan. Om den röda hade legat på 10 liksom, den gröna 8, och den blåa 5, så hade jag nog valt den blåa i alla fall, för att det är den blåa kartongen
Pojke, 18 år

5.3.3 Media

Vidare beskriver intervjudeltagarna att media har en stor påverkan på deras val av produkter. De mediekanaler som nämns är tv, tidningar och reklam. Deltagarna förklarade att media påverkat dem både att börja använda lättprodukter men även att undvika dem.

5.3.4 Umgängeskretsen

Förutom media nämns även personer i deltagarnas omgivning som en viktig faktor för vad de själva tycker och tänker om lättprodukter och vilka produkter de väljer. De anger att sannolikheten att de ska testa en ny produkt är stor om det är en kompis som har tipsat om produkten och även att det är lätt att tro på vad kompisar eller andra viktiga personer i deras omgivning säger. Deltagarna berättar även att det är svårt att bortse från alla budskap som kommer både från media och vänner och likaså att de tror att de blir påverkade utan att vara medvetna om det.

5.4 Vad är positivt respektive negativt med lättprodukter enligt gymnasieungdomarna i denna studie?

Vid analys av materialet från fokusgruppintervjuerna kunde fyra olika kategorier urskiljas kopplat till ovanstående frågeställning och dessa presenteras nedan.

5.4.1 Hälsöfrämjande

Som positivt med lättprodukter angav de intervjuade gymnasieungdomarna att det är lägre fetthalt och att det är nyttigt. De ansåg även att denna kategori produkter kan ha hälsöfrämjande egenskaper, man nämnde att vissa lättmargariner kan sänka kolesterolet och att det kan vara bra med lägre fetthalt för personer med hjärt- och kärlsjukdomar. Det kan även vara positivt för personer med diabetes och övervikt.

5.4.2 Egenskaper

Som positivt med lättprodukter angavs även sensoriska egenskaper som smak och utseende. Dock var detta en åsikt som inte delades av alla utan några tyckte att lättprodukter hade sämre sensoriska egenskaper än standardprodukter. Lättmjölken var särskilt debatterad, deltagarna tyckte att lättmjölken har ett vattnigt utseende och smakade sämre än fetare mjölk. Konsistensen hos lättprodukter var även något deltagarna som inte valde lättprodukter såg som negativt.

5.4.3 Onödigt

I diskussionen kring negativa aspekter med lättprodukter tog deltagarna upp att de tyckte dessa produkter är onödiga och inte borde behövas. De menade istället att träning i kombination med måttlig mängd feta produkter bidrar till en hälsosam livsstil.

5.4.4 Onaturligt

Deltagarna ansåg även att lättprodukter känns onaturligt och att de inte innehåller lika bra råvaror som standardprodukter. Det uppstod en diskussion kring tillsatser i detta sammanhang och åsikten var att det är negativt att tillsätta sötningsmedel, e-ämnen och smakförstärkare. Deltagarna menade att ingen vet hur dessa tillsatsämnen påverkar kroppen i det långa loppet och att de därför bör undvikas.

vi är växande ungdomar och jag tror inte man ska hålla på och stoppa i sig en massa lättprodukter som håller på och förvirra naturliga råvaror som finns i liksom vanliga produkter. Man vet inte, forskningen kommer ju utvecklas, man vet inte vad det [lätprodukter] kanske gör med kroppen så då känns det bättre att bara hålla sig till naturliga råvaror just när man är en växande tonåring
Flicka, 18 år

det är inte bra för kroppen att äta så, om det är mycket tillsatser. Det är inte naturligt. Å det finns ingen forskning på hur det reagerar med varandra i kroppen
Pojke, 18 år

5.5 Vem bör äta lättprodukter enligt gymnasieungdomarna i denna studie?

Vid analys av materialet från fokusgruppintervjuerna kunde enbart en kategori urskiljas, dock fann vi även en kategori som syftade till vem som inte bör äta lättprodukter enligt gymnasieungdomarna.

5.5.1 Riskgrupper

Vid alla tre fokusgruppintervjuer framkom det att lättprodukter enligt våra intervjudeltagare speciellt bör användas av personer med diabetes, hjärt- och kärlsjukdomar och de som behöver gå ner i vikt.

5.5.3 Ej för ungdomar

Det var ingen av deltagarna som uttryckte att lättprodukter bör användas av alla kategorier människor i alla åldrar, istället var de av åsikten att barn och ungdomar bör undvika dessa produkter. De utvecklade diskussionen genom att förklara att personer som växer, har en bra förbränning och lever ett normalt liv klarar av att äta det mesta.

alltså det är ju som jag sa innan, det beror på vilken ålder man är i, då kan det ju vara positivt, det vet man ju inte, men just nu känns det inte som att det är positivt för oss.
Flicka, 18 år

vi är ju liksom normala ungdomar som liksom klarar av att äta det mesta och har fortfarande en bra förbränning
Pojke, 17 år

5.6 Vad tycker ungdomar om att skolan serverar lättprodukter?

Nedan presenteras de två kategorier som framkommit av analysen. Vidare presenteras även resultat som inte är kopplat till lättprodukter men som vi ändå anser intressant för studien.

5.6.1 Förmedlar skönhetsideal

Deltagarna nämnde att det kan bli problematiskt att servera lättprodukter i skolan till barn då det sänder ut fel budskap. De förklarade att skolan inte ska bidra till att förmedla ett skönhetsideal då deltagarna ansåg att man väljer lättprodukter för att hålla sig smal.

Det är lite på gott och ont. Jag tycker ju inte att man ska printa in i ugnarnas medvetenhet i för ung ålder att man ska äta nyttigt och bli smal!
Pojke, 19 år

5.6.2 Fett onaturligt

Deltagarna menade även att om barnen får vetskapen att det är lättprodukter i skolmaten skulle de säkerligen tro det är fördelaktigt med mindre fett och att fett inte är bra. De ansåg dessutom att det är onaturligt att serveras lättprodukter till barn och att det därför inte bör tillhandahållas i skolan. Dock var deltagarna även av åsikten att lättprodukter kan få serveras i skolrestauranger på gymnasienivå då elever i gymnasieålder är stora nog att själva välja vad de vill äta.

5.6.3 Hälsofrämjande

Trots att deltagarna inte uttryckte en önskan att skolmaten skulle innehålla lättprodukter kände de ändå att det var viktigt att maten var nyttig och hälsosam. Detta kändes viktigt för att kunna hålla sig mätt hela dagen och ha tillräckligt med energi för att ta åt sig kunskap.

den måste ju vara energirik, just för att du ska orka och att du ska bli mätt just för att du ska stå dig hela dagen och du ska kunna lära dig för om du inte får tillräckligt med energi, om du struntar i lunchen, det är klart att du inte har tillräckligt med energi för att ta upp kunskap och lära dig på samma sätt
Flicka, 19 år

Andra egenskaper man värdesatte i skolmaten var att den skulle vara vällagad, se god ut, smaka bra och vara fräsch. Det var även viktigt med variation och att det ska finnas något för alla.

Vidare diskuterades faktumet att planeringen och tillagningen av skolmåltiden genomförs med hänsyn till Livsmedelsverkets rekommendationer. Intervjuledaren förklarade att det innebär att skolmåltiden innehåller lättprodukter och efterfrågade ungdomarnas åsikter om detta. De angav då att det förmodligen finns en godtagbar anledning till dessa rekommendationer.

6. Diskussion

Metoddiskussionen diskuterar den använda metodens för- och nackdelar, vad som kunde gjorts bättre samt studiens eventuella svagheter och misstag.

Resultatdiskussionen innehåller en presentation av de viktigaste resultaten från våra fokusgruppintervjuer kopplat till tidigare forskning och teoretisk referensram.

6.1 Metoddiskussion

6.1.1 Urvalet

Vårt val av gymnasieungdomar som målgrupp anser vi varit ett lyckat sådant. Det faktum att vi fick en kill- och tjejgrupp samt en blandad grupp, bidrog till ytterligare dimensioner i vårt resultat. Hade vi haft en målgrupp bestående av samma kön hade resultatet möjligen sett annorlunda ut. Utifrån vårt resultat så kunde vi inte se några större skillnader i pojk- och flickors åsikter och tankar kring lättprodukter.

Vi valde gymnasieungdomar som målgrupp då vi hade förväntningen att denna grupp hunnit inhämta kunskap om näring och kost genom skola och privat. Dessutom förväntade vi oss innan att de redan börjat forma egna tankar och åsikter kring mat då ungdomar i de sena tonåren förändrar sin livsstil och i synnerhet sina matvanor (von Post-Skagegård et al, 2002). Dock är vi förvånade över det faktum att ungdomarna inte till den grad vi förväntat oss inhämtat kunskap om kost och näring. Vi ansåg dock att deltagarna levde upp till vår förhoppning genom den kvalitet på svar och genom den diskussion som föranledde vårt resultat.

6.1.2 Bortfall

Vi hade inget bortfall i studien då alla deltagarna dök upp till intervjutillfällena och all data vi fick fram gick att använda. Att vi inte fick något bortfall tror vi kan bero på att alla deltagare kontaktades personligen och kände ett intresse för att vara med i studien. Vår utförliga information om studien kan även ha bidragit till en trygghet och tydlighet gällande deras deltagande. Att förmedla vikten av personernas deltagande för undersökningen samt att informera dem om intervjun är en viktig aspekt i planeringen (Wibeck, 2002).

Vidare har vi en teori om att bortfallsproblematiken eliminerades då deltagarna kände varandra sedan tidigare vilket också gör det lättare för dem att delta vilket Bryman (2011) påstår.

Vi utförde inte den typ av undersökning som får fram ett resultat som gäller generellt för en population vilket kvantitativ forskning har som mål (Wibeck, 2002; Bryman, 2011). Vår studie var av kvalitativ ansats och fokuserade på att få fram gymnasieungdomars personliga tankar och åsikter och således spelade kvantiteten mindre roll.

6.1.3 Insamlingsmetod

Den metod som användes för insamling av data var kvalitativa fokusgruppintervjuer med semistrukturerade frågor. De semistrukturerade intervjufrågorna gav oss en möjlighet att behandla vissa teman och områden under intervjun, något Bryman (2011) och Patel & Davidson (2011) påtalar vara en fördel. Detta tillvägagångssätt gav oss stor frihet gällande ordningsföljd på frågor, möjlighet att kunna ställa följdfrågor och be om mer utvecklade svar. Vi anser med facit i hand att alla intervjuer gav tillfredsställande kvalitet och mängd data. Vid alla tre gruppintervjuer fick vi fram givande svar och en bra diskussion utifrån våra frågeställningar. Anledningen till att diskussionerna blev så givande kan bero på att många elever kände varandra och på så sätt fann en trygghet och bekvämlighet att samtala inför varandra. Ytterligare en anledning kan vara att eleverna valt att komma dit frivilligt, vilket då visar på ett bakomliggande intresse.

Även våra förberedelser inför varje intervju är också något som vi anar kan ligga bakom våra givande intervjuer. Detta med stöd från Wibeck (2000) som beskriver hur man med enkla knep kan få en mer givande intervju. Wibeck (2002) beskriver att rummets utformning har stor påverkan på utfallet av en intervju och vi hade detta i åtanke när vi valde lokal och förberedde för intervjuerna. Vi använde oss av ett litet rum med alla deltagare placerade i en ring. Samtidigt plockade vi även bort små störande moment i bakgrunden som kan ta fokus från diskussionen. Vi valde dessutom att inte använda videokamera eller avancerad teknisk utrustning för inspelning då det lätt tar fokus från diskussionen (Wibeck, 2002).

Vi är relativt tillfredsställda över valet att ha bestämda roller under intervjuerna. En av oss var intervjuledare och den andra sekreteraren med möjlighet att ställa följdfrågor. Vi blev snabbt bekväma och vana i våra roller och det är troligtvis en av anledningarna till att våra intervjuer blev så pass givande. Vi tror även att det faktum att deltagarna kände varandra sedan tidigare medförde att diskussionerna kom naturligt, något som Bryman (2011) styrker.

Något vi reflekterar över är att fokusgrupper inte bara, enligt oss, är en bra undersökningsmetod utan att också ett sätt att verkligen förstå andra människor. Det är också väldigt givande för deltagarna att få diskutera och lära av varandra. (Wibeck, 2002). Vidare anser vi också att det var en givande metod då det liknar en vardaglig situation (Wibeck, 2002).

Det som kan tänkas varit lite negativt med fokusgruppintervjuer, i vårt fall, är att en del av frågorna gick in i varandra och att vi ibland fick svar på kommande frågor i tidigare frågor genom de diskussioner som uppstod. Samtidigt anser vi också att detta var en aning positivt då detta skapade en levande diskussion där deltagarna skapade frågeställningar och allt inte enbart styrdes av oss.

6.1.4 Validitet, reliabilitet och generaliserbarhet

Vid bedömning av en kvalitativ samhällsvetenskaplig undersökning kan frågan om reliabilitet, validitet samt generaliserbarhet blir en aning komplex (Bryman, 2011).

Reliabilitet visar om huruvida resultatet från en undersökning blir om det samma om samma undersökning genomförs på nytt (Bryman, 2011). Men även att komma fram till samma resultat vid en annan tidpunkt (Wibeck 2002).

Bryman (2011) menar också på att reliabilitet inte i kvalitativa studier är av relevans för undersökningen i den utsträckning som i en kvantitativ då tillförlitligheten inte mäts i siffror. En av anledningarna är att forskare i kvalitativa studier i de allra flesta fall inte strävar efter att få fram en sanning. I vårt fall handlar det om att få fram vad gymnasieungdomar tycker och tänker om lättprodukter. Det resultat vi får fram kommer inte att visa på en generell sanning för den målgruppen.

Validitet bedömer de slutsatser som generats utifrån resultatet hänger ihop eller inte (Bryman, 2011). Vidare menar Wibeck (2002) att validitet handlar om använda rätt ord till rätt sak och att författaren verkligen studerar det som denne påstår sig göra. Enligt Wibeck så är trovärdighet ett mer lämpligt ord att använda.

Vad trovärdigheten i vårt fall beträffar så handlar det om trovärdighet i fokusgruppsstudier. Wibeck (2002) menar att det finns en fara med att deltagarna i intervjun kanske inte säger vad de först tänkte på grund av gruppptryck eller andra hot. Vi kan aldrig säkerhetsställa att det som deltagarna har sagt är sant, utan så klart bara utgå från att de talar sanning. Vidare så skriver Wibeck (2002) också att val av plats också är ett hot mot trovärdigheten då deltagarna kan känna sig bortkomna på ett universitet eller seminarierum. Denna aspekt har vi betraktat och som nämnts innan så utfördes intervjuerna i ett grupprum på ett bibliotek.

Vad trovärdigheten beträffar, så anser vi att resultatet kan ha blivit annorlunda beroende på antalet grupper. Ett större antal fokusgruppsintervjuer hade förmodligen resulterat i större variation mellan svaren och även större mängd data. Dock anser vi att de 15 personer vi intervjuat var en lagom stor grupp sett i förhållande till den tid vi hade till vårt förfogande för genomförande av intervjuer, transkribering och analys. I åtanke bör finnas, att det resultat vi fått fram är specifikt för de deltagare som deltagit i våra fokusgruppintervjuer. Hade vi valt andra personer så hade deras tankar och åsikter förmodligen skiljt sig ifrån vår valda grupp. De resultat vi fått fram visar inte på en generell sanning för den här målgruppen. Underlaget är för litet för att kunna fastslå en slutsats. Vidare så menar Bryman (2011) att man i kvalitativ forskning inte heller strävar efter att få fram en sanning.

Generaliserbarhet handlar i vilken utsträckning resultaten från en studie kan gälla för den övriga populationen i stort (Bryman, 2011). Inom den kvalitativa forskningen eftersträvar man inte att få en sanning. Begreppet är inte lika relevant som inom kvantitativ forskning vilket innebär att man måste vara försiktig att generalisera kvalitativ data (Bryman, 2011). Vad vi däremot kan göra i vår analys är att urskilja vissa tendenser och för en specifik grupp (Wibeck

2002). Fokusgruppsintervjuer går in på djupet i ett ämne med en specifik målgrupp medan en enkät går ut till en mångfald och kan svara för en hel population (Wibeck, 2002).

6.1.5 Kunde göras bättre – Analys

Den uteblivna återkopplingen från rektorerna var något som ställde till problem. Av de sex gymnasieskolor i Göteborgsområdet som vi kontaktade via e-post visade ingen något intresse för vår undersökning. Vidare kontaktade vi ytterligare fyra skolor via telefon men inte heller någon av dessa visade sig vara intresserade. Deras anledningar var främst tidsbrist då de inte ville störa eleverna mitt i deras projektarbete. Det bör nämnas att när vi kontaktade de första skolorna så var det påsklov i Göteborgs kommun vilket möjligen kan ha varit en av anledningarna till att det försvårade för rektorerna att kontakta klassföreståndarna.

Arbetet med att kontakta gymnasieskolor och elever är i vårt fall något vi skulle genomfört på ett annat sätt när vi ser tillbaka. Vi var av den uppfattningen att det skulle vara enklare att få folk att delta i våra intervjuer men den uteblivna återkopplingen resulterade i att mycket tid gick åt till att vänta på svar. Den tiden hade vi istället velat använda till att genomföra intervjuerna och få mer tid för analys och diskussion. Vi kan inte säga om detta skulle gett ett annorlunda resultat än det vi fått fram men det hade med säkerhet resulterat i mindre stress.

Det är även viktigt att inför varje intervju poängtera för deltagarna att försöka att inte prata i mun på varandra (Bryman, 2011), något vi tyvärr inte gjorde. Det resulterade i en försvårad transkriberingsprocess då det var svårt att utskilja vem som sa vad. Vidare kunde vi själva också varit lite bättre på att styra, möjligen med någon form av turordningssystem som i handuppräckning eller liknande. Anledningen till att vi inte gjorde detta var en rädsla över att avbryta mitt i en givande diskussion, vi var nämligen glada över att diskussionerna blev så utvecklade och intensiva. Vi upplevde dock inte att transkriberingen var ett stort problem då vi ändå kunde höra vad personen i fråga sade, men det krävdes att vi lyssnade några extra gånger. Hade vi fått göra om intervjuerna hade vi varit tydligare i hur vi önskade att diskussionen skulle gå till.

6.1.6 Alternativa undersökningsmetoder

Alternativa undersökningsmetoder anser vi kunde ha varit en enkätundersökning. Vi hade då valt frågor med graderingsskala för att kunna få fram gymnasieungdomars uppfattningar kring lättprodukter. Dock hade denna metod inneburit en risk att begränsa deltagarnas svar då de inte får möjlighet att utveckla sina svar i samma utsträckning som i en intervju. Vi anser även att enkätundersökningar innebär att tankar och svar som uppkommer genom diskussion i gruppen försvinner helt och möjligheten att spinna vidare på andras åsikter uteblir. Vi är överrens om att vår valda undersökningsätt var det som lämpligast för vårt syfte och frågeställningar. Enkäter hade förmodligen inte kunnat visa deltagarnas tankar och åsikter i samma utsträckning.

6.2 Resultatdiskussion

6.2.1 Lättprodukters Användningsområde

Enligt ungdomarna är lättprodukter avsedda speciellt för personer diagnostiserade med diabetes, personer med hjärtkärlsjukdomar samt för personer som vill gå ned i vikt. De har rätt i att detta är en målgrupp som skulle kunna förbättra sin hälsa genom att äta hälsosamt (Story et al, 2011). Rekommendationerna från Svenska livsmedelsverket gällande lättprodukter och nyckelhålmärkta produkter är dock avsedda för hela den friska svenska populationen, även barn och ungdomar (Livsmedelsverket, 2011c). Ingen av deltagarna angav att de grundade sina uppfattningar om lättprodukter på rekommendationer eller forskning. Istället menade de, i enlighet med flera andra studier gällande ungdomars konsumtionsvanor (Neunmark-Sztainer et al, 1999; Berg 2002; Von Post-Skagegård et al, 2002) att familjens värderingar, familjens val av produkter samt inflytande från vänner och media har stor påverkan.

6.2.2 Lättprodukter eller standardprodukter

Vi kan konstatera att fördelningen mellan de som valde endast fullfeta produkter och de som valde både lätta produkter och fetare alternativ var relativt jämn. Ingen av intervjudeltagarna valde endast lättprodukter. I Bergs (2002) studie var användningen av fetare produkter övervägande, en tänkbar anledning till de skilda resultaten är att deltagarna hade en lägre ålder än i vår egen. Det är möjligt att yngre barn inte har möjlighet att påverka vilka produkter de äter på samma sätt som senare i livet utan påverkas till stor del av sina föräldrar

6.2.3 Sensoriska egenskaper

Att smak, konsistens och utseende spelar en stor roll för vilka matval gymnasieungdomar gör var tydligt. I Neunmark-Sztainer et als (1999) studie anges smak och lukt som primära faktorer och detta resultat överensstämmer med vårt eget. Åsikterna gick däremot isär gällande vilka produkter som hade mest tilltalande sensoriska egenskaper. Det var dock fler som ansåg att standardprodukter var mer tilltalande än lättprodukter när det kommer till smak och konsistens. Deltagarna framförde även att de använder olika produkter till olika användningsområden, exempelvis riktig grädde i matlagning för att höja smaken och mellanmjölk som måltidsdryck då den är mest tilltalande att dricka.

6.2.4 Den sociala omgivningens påverkan

Att ungdomar är en grupp människor som påverkas av den sociala omgivningen (Story et al, 2011) är något som blivit tydligt i vår studie. Vi hänvisar framförallt till det faktum att många av deltagarna menar att deras åsikter och konsumtionsbeteende formats av den närmsta omgivningen. Story et al (2011) visar i sitt ekologiska ramverk att föräldrar, vänner och bekanta hör till den sociala omgivningen och fungerar som förebilder och sätter sociala normer och ger stöd.

Föräldrars påverkan

Det är naturligt att barns matval formas av vad deras föräldrar gör för inköp, vad de föredrar och gillar. Även familjens kunskap om mat, matvanor, kultur och religion påverkar vilka matvanor deras barn utvecklar (Neumark-Sztainer et al, 1999). Berg (2008) beskriver i sin studie att ungdomarna rapporterade att de konsumerade samma typ av mejerivaror som deras föräldrar använde, dels av vana och dels för att uppfylla föräldrarnas önskan. Även i vår studie angav ungdomarna att föräldrarna påverkat deras syn på lättprodukter. Flera berättade att deras mamma eller pappa var stora motståndare till lättprodukter eller var av åsikten att de bör använda fullfeta produkter därför att människan ätit mycket fett i alla tider. Dessa åsikter hade anammats hos ungdomarna själva och de valde därför inte lättprodukter. Dock var det flera som uttryckte att de möjligtvis skulle komma att ändra uppfattning senare i livet när de inte längre bodde i familjehemmet och anskaffat sig mer kunskap om lättprodukters funktion och syfte.

Att föräldrar till gymnasieungdomar är motståndare till lättprodukter och istället förespråkar fullfeta produkter kan enligt oss bero på att de vet om att fett är en viktig beståndsdel i en näringsriktig kost. Feta mejeriprodukter innehåller dels livsnödvändigt fett men samtidigt hög andel mättat fett (Berg, 2002). Livsmedelsverkets rekommendationer syftar till att minska intaget av mättat fett som är skadligt för kroppen (Livsmedelsverket, 2012a). Ungdomarna i vår studie nämnde inte minskad mängd mättat fett som en anledning att använda lättprodukter, dock var det någon som tog upp att vissa lättprodukter kan bidra till en sänkt kolesterolhalt.

Som positivt med lättprodukter nämndes även den minskade fetthalten men det mättade fettet specifikt förekom aldrig under diskussionen. I vår studie blir det tydligt att ungdomarna inte hade kännedom om olika typer av fett och dess påverkan på kroppen, liknande resultat har presenterats av Hjärt- och lungfonden (2008) där det framkommer att okunskapen om fett är störst bland ungdomar och män. Hade ungdomarna haft större kännedom om fettets funktion i kroppen är det enligt författarna av denna uppsats, möjligt att deras livsmedelsval skulle se annorlunda ut.

6.2.5 Macro-nivåomgivningens påverkan

Mediepåverkan

Av vårt resultat kunde vi utläsa att en av de stora påverkningsfaktorer när det kommer till uppfattningar och användning av lättprodukter är media, något som Neumark-Sztainer et al (1999) beskriver som en tertiär faktor. Ungdomarna menar att de blir påverkade av media både direkt och indirekt. De uttryckte en misstanke om att de utan att riktigt tänka på det påverkas och att det är svårt att bortse från alla de budskap som media förmedlar idag. Detta skulle kunna stämma då dagens ungdom växer upp med mer reklam i massmedia än någon tidigare generation vilket har visat sig ha stor påverkan på deras matvanor och deras fysiska aktivitet (von Post-Skagegård, et al, 2002). Intressant i frågan är att ungdomarna dels säger att de, på grund av hög frekvens av reklam i tv, börjat använda lättprodukter men samtidigt också

börjat att undvika dem. En möjlighet är att detta inte beror på medias budskap i sig utan att ungdomar i senare tonåren genomgår stora förändringar av sitt konsumtionsmönster (Prell, Jonsson, & Lissner, 2005).

6.2.6 Individuella faktorerers påverkan

Vanas makt

Att vanans makt är stor när det kommer till konsumtion och val av produkter är något vi ser tydligt i vår studie. Deltagarna angav att de valde de produkter de vanligtvis köpte, ett resultat som även Berg (2002) redovisar i sin studie på yngre ungdomar i Mölndal. Deltagarna menar också att de egentligen inte reflekterar särskilt mycket över varför de använder sig av lättprodukter eller standardprodukter utan valet sker närmare automatiskt, ofta av ren vana. En av deltagarna nämner exempelvis att blå mjölk alltid kommer att vara valet, oberoende av vilken fetthalt det är i den. Neumark-Sztainer et al (1999) presenterar primära, sekundära och tertiära faktorer som avgör matvalet hos ungdomar. Där kategoriseras vana bland de tertiära faktorerna, med andra ord på tredje plats. Då vår studie inte går ut på att gradera svaren vi fått kan vi endast konstatera att vana nämndes frekvent och uppfattades av oss författare som en av de viktigaste bakomliggande orsakerna till ungdomarnas val.

Skönhetsideal

I vårt resultat kan vi se att lättprodukter associeras med ett skönhetsideal. Deltagarna som valde att använda en viss mängd lättprodukter motiverade detta i vissa fall med att de ville hålla formen och vara vältränade. I diskussionen kring serveringen av lättprodukter i skolan menade deltagarna att skolan inte skall vara en förmedlare av ett skönhetsideal genom att servera fettsnålare alternativ. Deltagarna tycker nämligen att användandet av lättprodukter har ett samband med ett skönhetsbudskap i att äta nyttigt och bli smal. Detta bekräftas till viss del i Bergs (2002) studie som visar att deltagarna som använde mejeriprodukter med reducerad fetthalt var mer fokuserade vid att behålla sin vikt än de som använde fullfeta produkter. I studien angav ungdomarna likaså att lättprodukter är positivt i den bemärkelsen att de innehåller mindre fett och därigenom bidrar till en begränsning av viktuppgång (Berg, 2002). Detta resultat har vi inte fått i vår egen studie, begränsad viktuppgång nämndes inte bland positiva associationer med lättprodukter.

I debatten kring skönhetsideal menar deltagarna i vår studie att det finns en risk att mindre barn uppfattar fett som något skadligt om skolmåltiden serverar fettreducerade produkter. De kanske dessutom formar en negativ inställning till fett. Livsmedelsverket rekommenderar ett intag på 30 E% fett per dag, då fett har flera livsviktiga funktioner i kroppen (Livsmedelsverket, 2012d). Det som livsmedelsverket däremot vill begränsa är det mättade fett och förespråkar således lättprodukter (Livsmedelsverket, 2012a; Livsmedelsverket, 2011c). Med tanke på att barn och ungdomar är mycket mottagliga för budskap och beteenden kan det enligt författarna finnas en risk att serveringen av lättprodukter i skolmåltiden sänder fel signaler om

valet inte motiveras och förklaras. Genom att på ett bra sätt kunna motivera användandet av lättprodukter skapas en förståelse hos föräldrar och barn.

Innehållet påverkar

De ungdomar som väljer att avstå från lättprodukter medvetet gör det av den anledningen att de finner något negativt med produkterna. Deltagarna ansåg att lättprodukter innehåller stor mängd tillsatser och detta låg till grund för deras negativa inställning till dessa produkter. Av resultatet kan vi även utläsa att ungdomarna tyckte att lättprodukter kändes onaturliga eller konstgjorda, något som även Berg (2002) beskriver i sin studie. Deltagarna är också osäkra på om de kan lita på lättprodukter på grund av att de inte vet hur de påverkar kroppen. En bidragande orsak till osäkerheten är de olika budskap de fått från personer i deras omgivning. Von Post-Skagegård et al studie från 2002 visar på att ungdomar lätt blir påverkade av trender och förändringar i samhället och i världen. Vidare menar von Post-Skagegård et al (2002) att ungdomar är en grupp som är väldigt mottagliga för reklam så det är enligt oss inte så underligt att de tycker och tänker som de gör. Exempel på hur mediekanaler kan påverka ungdomars uppfattningar kring saker och ting, är detta utdrag från Wikipedias (Wikipedia, 2012b) hemsida som skriver så här om lättprodukter:

Lättprodukter: Här kan, grovt förenklat, en råvara spädas ut med vatten och tillsatser för att på så vis bli en lättare produkt än originalet. Dessutom blir produkten ofta billigare att tillverka.

Beskrivningen kommer från en allmän webbplats som alla har tillgång till och kan redigera (Wikipedia 2012a). Ungdomar i alla åldrar har då möjlighet att läsa och samtidigt tro på det som står där. I texten ovan nämns ”tillsatser” samt ordet ”spädas ut” i samma mening. Ord som enligt oss inte är positiva i sammanhanget. Möjligen heller inte för ungdomar.

Varför vi inte fick samma resultat som Berg (2002) angående könsskillnaderna konfunderar oss en aning. En av de tänkbara orsakerna är att vi inte hade tillräckligt med underlag för att kunna slå fast samma sak. Med underlag menar vi då att vi bara hade tre fokusgruppintervjuer med totalt 15 deltagare av båda könen. Kanske hade resultatet blivit mer likt Bergs studies om vi hade haft fler deltagare. Det bör tilläggas att Bergs studie är mycket mer omfattande än vår då den påbörjades 1996 och slutfördes 2002 och framförallt var riktad mot en något yngre målgrupp.

6.2.7 Fysiska omgivningens påverkan

Bland Neumark-Sztainers et al (1999) sekundära faktorer återfinns tillgänglighet och detta var något som relativt ofta nämndes i våra intervjuer i diskussioner kring vad som påverkar deltagarnas val. Det handlade om att de åt, och indirekt valde, de produkter som fanns hemma eller erbjöds i skolmåltiden. En del av ungdomarna deltog i handlingen hemma och hade då möjlighet att påverka tillgängligheten. I skolmåltiden berättade ungdomarna att det snarare handlade om att välja den maten de tyckte mest om eller som gav dem en möjlighet att bli mätta och orka med resten av dagen. Denna förväntan på hur maten ska svara till ungdomarnas be-

hov nämns i Neumark-Sztainers et al (1999) studie som en sekundär faktor. De behov som beskrivs i Neumark-Sztainers et al (1999) studie förekommer även i vår egen, det handlar om att maten ska ge energi och kraft nog att prestera i skolan, vilken påverkan maten har på kroppen och en förväntan att känna sig mätt och frisk av sina matval.

6.2.8 Avslutande reflektioner

Berg (2002) får fram liknande resultat trots att hennes undersökning gjordes på yngre ungdomar. Gemensamt för Bergs studie från 2002 och vår studie är att smak, tillgänglighet, hälso-skäl och vana visade sig vara avgörande faktorer i valet mellan lättprodukter och vanliga produkter. Andra faktorer som påverkade var användningsområdet, föräldrarnas instruktioner, andras konsumtion, bekvämlighet, tid, kostnad och kultur.

Med dagens rådande debatter kring LCHF och att människor tenderar att bli mer och mer medvetna om kostens påverkan på kroppen så tror vi att om samma studie skulle genomföras om ca 10 år, så skulle vi få ett helt annat resultat. Vi anser att medvetenheten kommer att bli högre i lägre åldrar, detta på grund av allt som hörs och ses i TV nuförtiden.

Trots att ungdomarna går sista året på gymnasiet har majoriteten av deltagarna inte börjat reflektera själva över sina matval. Det finns dock undantag, dessa personer bodde dock själva. Vi är även medvetna om att konsumtionsbeteende är ytterst komplext (Story et al, 2011). Det grundar sig i ett samspel mellan olika influenser och omgivningen. Vi vill komma fram till att vi är införstådda med att resultatet vi fått är ett resultat av dessa samspel.

Vi kan nu i efterhand konstatera att den hypotes vi hade kring den valda målgruppen, och dess kunskap om kost och näring, inte stämde. Det visade sig att deltagarna inte hade särskilt stor kunskap om lättprodukter. I vissa fall så fick vi även i början av intervjutillfällena förklara begreppet lättprodukter för att kunna diskutera ämnet. Om denna okunskap bland gymnasie-ungdomar är generell eller endast gäller för vår utvalda grupp kan vi inte spekulera vidare om men vi måste ändå säga att vi som författare blev en aning förvånade över denna företeelse. Detta var även något som kan ha påverkat resultatet i vår undersökning då flera av deltagarna inte hade kunskap om fettets funktion och påverkan på kroppen.

7. Slutsats

Genom analys av materialet från fokusgruppintervjuerna blir det tydligt att ungdomars åsikter och tankar kring lättprodukter till stor del formas av deras föräldrar. Flera av deltagarna berättade att deras föräldrar är stora motståndare till lättprodukter vilket har medfört att ungdomarna själva anammat dessa åsikter. Flera av ungdomarna angav att deras föräldrar förespråkade standardprodukter och deltagarna uppger att de därför själva är positivt inställda till dessa och väljer dem i första hand. Vidare berättade deltagarna även att de möjligen kommer att ändra åsikt när de flyttat från familjehemmet och inhämtat mer kunskap om lättprodukternas funktion och syfte.

Valet och användandet av produkter grundar sig till stor del i vana. Detta är något som vi såg tydligt utifrån vårt resultat. Uttryck som ”det sitter i ryggmärgen” och ”det är rutin” användes ofta i diskussioner kring valet av produkter. Det ligger heller ingen större reflektion bakom valet utan det sker nästintill automatsikt. En av deltagarna nämner exempelvis specifikt att valet alltid kommer att hamna på blå mjölk oavsett fetthalten då denna typ av mjölk alltid funnits i hemmet.

Utifrån våra intervjuer kunde vi tydligt se att ungdomarna medvetet väljer bort lättprodukter av den anledningen att de, enligt dem, innehåller tillsatser. De är likväl av den åsikten att lättprodukter är onaturliga och konstgjorda. Ytterligare åsikter och tankar som framfördes i intervjuerna visade på en osäkerhet kring användandet av lättprodukter. Deltagarna menade att de inte kunde veta hur tillsatserna påverkade kroppen och väljer därför bort dem.

Resultatet visar på att deltagarna associerar lättprodukter med ett skönhetsideal. Deltagarna svarade att lättprodukter används av personer som vill hålla formen och vara vältränade. Några av deltagarna i de tre fokusgruppintervjuerna nämnde även att de valde vissa lättprodukter för att förebygga en viktuppgång. Vidare menade deltagarna även att användandet av lättprodukter kopplas samman med ett budskap gällande att äta nyttigt och vara smal. Ungdomarna ansåg det olämpligt att skolan skall servera lättprodukter och därigenom förmedla ett sådant budskap, framför allt till mindre barn. Ungdomarna ansåg även att det fanns en risk att barnen uppfattar fett som något skadligt och formar en negativ inställning till fett om skolan använder lättprodukter.

8. Implikation

Utifrån resultatet i denna studie ser vi att ungdomar associerar lättprodukter med ett skönhetsideal och en önskan att vara smal eller gå ner i vikt. Då lättprodukter rekommenderas av Svenska Livsmedelsverket för att minska intaget av mättat fett vore det intressant att forska kring vilken utbildning ungdomar får gällande näringsinnehåll och matens påverkan på kroppen. Om ungdomarna visste vilken påverkan mättat fett har på kroppen skulle de möjligtvis vara mer positivt inställda till lättprodukter och efterfråga dessa i skolmåltiden.

Ungdomars åsikter och tankar kring mat är ett relativt outforskat område, de flesta studier som gjorts är riktade mot barn. Då ungdomar är en grupp människor som genomgår stora förändringar gällande attityder och åsikter vore det därför intressant att genomföra mer omfattande forskning kring deras tankar och åsikter om mat. Genom en ökad förståelse för hur ungdomar tycker och tänker kring olika produkter och näring kan budskap i skolan och media riktas på ett sådant sätt att det tilltalar ungdomarna och ökar dess kunskap gällande en balanserad kosthållning. En förbättrad kosthållning får stora effekter på människans välbefinnande och det bör därför ligga i allas intresse att öka förståelsen för hur ungdomar tänker kring kost.

Referenser

- Abrahamsson, L., Andersson, A., Becker, W., och Nilsson, G. (2006) *Näringslära för högskolan*. Liber
- Andersson, N., Carlsson, C., Christensen, L., & Haglund, L. (1998). *Marknadsundersökning – en handbok*. Lund: Studentlitteratur.
- Berg, Christina. (2002). *Influences on schoolchildrens dietary selection: focus on fat and fibre at breakfast* (Doktorsavhandling, Göteborgs studies in educational sciences, 179). Göteborg: Acta Universitatis Gothenburgensis, 19-30. Tillgänglig: <http://hdl.handle.net/2077/9500>
- Bergström, E., Hernell, O., & Persson, L.A. (1993). *Dietary changes in swedish adolescence*. Acta Paediatrics, 82(5), 472-480. doi: 10.1111/j.1651-2227.1993.tb12726.x
- Broberg, H., Petrakou, A. (2003). *En enkät om enkäter: förstudie om ungdomars inställning till att svara på enkäter*. Kalmar: Baltic Business School
- Bryman, A. (2011). *Samhällsvetenskapliga metoder*. Malmö, Liber
- Cutler, G.J., Flood, A., Hannan, P., & Neumark-Sztainer, D. (2011). *Multiple sociodemographic and socioenvironmental characteristics are correlated with major patterns of dietary intake in adolescents*. Public Health Nutrition, 13(6A), 973–979. doi:10.1017/S1368980010001163
- Dahlgren, S. (2010). *Så vill vi ha det, säger gymnasieelever* (Magisteruppsats, Göteborgs Universitet) Tillgänglig: http://gupea.ub.gu.se/bitstream/2077/24728/1/gupea_2077_24728_1.pdf
- Gracey, D., Stanley, N., Burke, V., Corti, B., & Beilin, L.J. (1996). *Nutritional knowledge, beliefs and behaviour in teenage school students*. Health education research, Theory and practice, 11(2), 187-204.
- Graneheim, U.H., Lundman, B. (2003). *Qualitative content analysis in nursing research: concepts, procedures and measures to achieve trustworthines*. Nurse education today, 24, 105-112
- Granskär, M., & Höglund-Nielsen, B. (2008). *Tillämpad kvalitativ forskning inom hälso- och sjukvård*. Lund, Studentlitteratur.
- Holsten, J.E., Deatrick, J.A., Kumanyika, S., Pinto-Martin, J., & Compher, C.W. (2011). *Children's food choice process in the home environment. A qualitative descriptive study*. Appetite, 58(1), 64-73.
- Hoppu, U, Lehtisalo, J, Kujala, J, Keso, T, Garam, S, Tapanainen, H, Uutela, A, Laatikainen, T, Rauramo, U & Pietinen, P. (2010). *The diet of adolescents can be improved by school intervention*. Public Health Nutrition, 13(6A), 973-9

Hjärt- och lungfonden. (2008). *En av fem saknar kunskap om fett i maten*. Hämtat 2012-05-05 från <http://www.hjart-lungfonden.se/PageFiles/3395/Svenskarnas-kunskap-om-fett-i-maten.pdf>

Jonsson, L., Marklinder, I., Nydahl, M., & Nylander, A. (2007). *Livsmedelsvetenskap*. Studentlitteratur

Jordbruksverket. (2012a). Hämtat 2012-04-20 från <http://jordbruketisiffror.wordpress.com/2012/04/20/vi-ater-i-genomsnitt-nastan-1-kilo-mer-smor-per-person-och-ar-nu-jamfort-med-for-10-ar-sedan/>

Jordbruksverket (2012b). Hämtat 2012-04-20 från http://www.jordbruksverket.se/webdav/files/SJV/Amnesomraden/Statistik%2C%20fakta/Livsmedel/Statistikrapport2012_1/Statistikrapport2012_1e/201201_ikortadrag.htm

Kersting, M., Sichert-Hellert, W., Vereecken, C.A., Diehl, J., Beghin, L., De Henauw, S., ... & Sette, S. (2008). *Food and nutrient, nutritional knowledge, and diet-related attitudes in European adolescents*. *International Journal of Obesity*, 32, 35-41

Kourlaba, G., Panagiotakos, D., Mihas, K., Alevizos, A., Marayiannis, K., Mariolis, A., & Tountas, Y. (2008). *Dietary patterns in relation to socio-economic and lifestyle characteristics among Greek adolescents: a multivariate analysis*. *Public Health Nutrition*, 12(9), 1366-1372, doi:10.1017/S1368980008004060

Kreuger, R. (2000). *Focus groups – a practical guid for applied research*. Sage publications

Livsmedelsverket. (2007a). *Bra mat i skolan*. Uppsala: Livsmedelsverket

Livsmedelsverket (2011a) *Kartläggande om Livsmedelsverkets kostråd*. Hämtat 2012-04-13 från <http://www.slv.se/sv/grupp3/Pressrum/Nyheter/Kommentarer/Klarlaggande-om-Livsmedelsverkets-kostrad/>

Livsmedelsverket (2011b) *Vad innehåller maten?* Hämtat 2012-04-13 från <http://www.slv.se/sv/grupp1/Mat-och-naring/Vad-innehaller-maten/Fett/>

Livsmedelsverket (2011c) *Kostråd till barn över 2 år*. Hämtat 2012-04-23 från <http://www.slv.se/sv/grupp1/Mat-och-naring/Kostrad/Barn/#Enhalv>

Livsmedelsverket (2012a) *Mättat fett*. Hämtat 2012-04-13 från <http://www.slv.se/sv/grupp1/Mat-och-naring/Vad-innehaller-maten/Fett/Mattat-fett/>

Livsmedelsverket. (2012b). *Nyckelhålet*. Hämtat 2012-04-13 från <http://www.slv.se/sv/grupp1/Mat-och-naring/Nyckelhalet/>.

Livsmedelsverket. (2012c). *Frågor och svar om LCHF*. Hämtat 2012-04-10 från <http://www.slv.se/sv/Fragor--svar/Fragor-och-svar/Mat-och-naring/Fragor-och-svar-om-LCHF/>

- Livsmedelsverket (2012d). *Fakta om fett*. Hämtad 2012-04-13 från <http://www.slv.se/sv/grupp1/Mat-och-naring/Vad-innehaller-maten/Fett/Fakta-om-fett/>
- Nestle, M., Wing, R., Birch, L. (1998). *Behavioral and Social Influences on Food Choice*. *Nutrition reviews*, 56(5), 50-64. DOI: 10.1111/j.1753-4887.1998.tb01732.x
- Neumark-Sztainer, D., Story, M., Perry, C., & Casey, M.A. (1999). *Factors influencing food choices of adolescents: Findings from focus-group discussions with adolescents*. *Journal of the American Dietetic Association*, 99(8), 929-937
- Nicola, L., Bull, M.A., & Phil, M. (1992). *Dietary Habits, Food Consumption, and Nutrient Intake During Adolescence*. *Journal of adolescent health*, 13, 384-388
- Patel, R., & Davidsson, B. (2011). *Forskningsmetodikens grunder: att planera, genomföra och rapportera en undersökning*. Lund, Studentlitteratur
- Prell, H., Berg, C., Jonsson, L., & Lissner, L. (2005) *A school-based intervention to promote dietary change*. *Journal of adolescence Health*, 36(6), 529-530
- Rosengren, B., & Rosengren, B. (2008). *Organisk kemi*. Institutionen för mat, hälsa och miljö, Göteborgs Universitet
- Samuelson, G. (2000). *Dietary habits and nutritional status in adolescents over Europe. An overview of current studies in the Nordic countries*. *European Journal of Clinical Nutrition* 54(1), 21-28
- Samuelson, G., Bratteby, L.E., Enghardt, H., & Hedgren, M. (1996). *Food habits and energy and nutrient intake in Swedish adolescents approaching the year 2000*. *Acta Paediatrica*, volym 85(415), 1-19
- Story, M., Kaphingst, K.M., Robinson-O'Brien, R., & Glanz, K. (2011). *Creating Healthy Food and Eating Environments: Policy and Environmental Approaches*. *Public Health*, 29, 253-72, doi:10.1146/annurev.publhealth.29.020907.090926
- Svenska kommunförbundet. (1999). *Fokusgrupper : en metod i kommunalt kvalitetsarbete*. Stockholm: Svenska kommunförbundet
- Svensk mjölk. (2012). Hämtat 2012-04-20 från <http://www.svenskmjolk.se/Statistik/Mejeri-och-konsumtion/Konsumtion-per-capita/>
- Vetenskapsrådet (2002). *Forskningsetiska principer inom humanistisk - samhällsvetenskaplig forskning*. Vetenskapsrådet
- Von Post-Skagegård, M., Samuelson, G., Karlstrom, B., Mohsen, R., Berglund, L., & Bratteby, L.E. (2002). *Changes in food habits in healthy Swedish adolescents during the transition from adolescence to adulthood*. *European Journal of Clinical Nutrition*, 56, 532-538.

WHO. (2012). *Interventions on diet and physical activity: What Works*. Hämtat 2012-05-11 från <http://www.who.int/dietphysicalactivity/whatworks-schools/en/index.html>

Wibeck, V. (2000). *Fokusgrupper – om fokuserade gruppintervjuer som undersökningsmetod*. Lund: Studentlitteratur

Widerberg, K. (2002). *Kvalitativ forskning i praktiken*. Lund: Studentlitteratur

Wikipedia (2012a) Hämtat 2012-05-15 från <http://sv.wikipedia.org/wiki/Portal:Huvudsida>

Wikipedia (2012b) Hämtat 2012-05-15 från <http://sv.wikipedia.org/wiki/Mat>

Informationsblad till deltagande i gruppdiskussion kring lättprodukter

Ni som läser detta informationsblad är deltagare i en fokusgruppintervju kring lättprodukter. Intervjun är en del i en studie där vi vill undersöka ungdomars attityder till lättprodukter. Det vi diskuterar kommer att resultera i en kandidatuppsats vårterminen 2012. En kandidatuppsats kan även kallas C-uppsats och är ett självständigt forskningsarbete på Högskole-/Universitetsnivå som är en förutsättning för att man ska kunna kvittera ut sin kandidatexamen. Resultatet kommer offentliggöras i en skriftlig rapport och på en muntlig presentation under våren. Vi som skriver kandidatuppsatsen, Klara Trygg och Erik Carlberg är två studenter som går sista terminen på Kostekonomprogrammet med inriktning ledarskap vid Göteborgs Universitet.

Er uppgift i projektet är att delta i en fokusgruppsintervju där vi kommer att ställa öppna frågor kring lättprodukter. Vi kommer att fokusera på era åsikter till lättprodukter och ni kommer i grupp få diskutera kring ett antal frågor. Attityder till lättprodukter och då speciellt ungdomars attityder är ett outforskat område så syftet med intervjun är att göra en kartläggning av de attityder som finns utan att på ett djupare plan utreda dessa. Intervjun beräknas ta omkring 1-2 timmar och kan avbrytas när som helst.

Ditt deltagande är givetvis frivilligt, det betyder att du när som helst kan avbryta din medverkan utan att detta får negativa följder. Vi intygar att allt material vi får fram ifrån intervjuerna kommer att behandlas konfidentiellt vilket betyder att alla deltagarna förblir anonyma. De uppgifter som samlas in kommer enbart att användas till forskningen. Citat och utlägg kommer med stor sannolikhet att tas med i uppsatsen för att konkretisera de tankar och åsikter som kommit fram i diskussionen. Dessa citat kommer skrivas på ett sådant sätt att det ej går att identifiera vem citatet kommer ifrån.

Till sist vill vi tacka så hemskt mycket för ert deltagande, det betyder mycket!

Erik Carlberg & Klara Trygg

Kontaktuppgifter

Erik Carlberg

Telefon: 0702-545734

e-post: guscarlber@student.gu.se

Klara Trygg

Telefon: 0704-970772

e-post: gustrykl@student.gu.se

Göteborgs Universitet 2012
Institutionen för kost- och idrottsvetenskap

Vi heter Klara Trygg och Erik Carlberg och går sista terminen på kostekonomprogrammet vid Göteborgs Universitet. Vi håller just nu på med vår Kandidatuppsats och har valt att studera "Gymnasieungdomars attityder till lättprodukter". Vår tanke är att intervjua tre grupper om sex studenter ur andra året på en natur- eller samhällslinje. Gruppintervjuerna kommer ske efter skoltid och deltagandet är självklart frivilligt. Intervjuerna kommer bygga på öppna frågor där vår förhoppning är att få en givande diskussion. Diskussionerna kommer resultera i en presentation av vilka attityder gymnasieungdomar har till lättprodukter och alla de svar vi får fram kommer behandlas anonymt. Vi önskar en grupp med enbart tjejer, en grupp med enbart killar och en blandad grupp, var och en bestående av sex studenter. Vi vänder oss därför till er för att efterfråga hjälp med att komma i kontakt med klassföreståndare för tre klasser med inriktning samhäll- eller naturvetenskap. Vår förhoppning är att kunna börja med intervjuerna under vecka 16 och eventuellt även vecka 17.

Vår önskan är att ni vidarebefordrar detta mejl till de klassföreståndare som kan vara aktuella för vår studie så de i sin tur kan ta kontakt med oss och få mer information.

Tack på förhand!

Med vänlig hälsning Klara Trygg och Erik Carlberg

Kontaktuppgifter

Erik Carlberg

Telefon: 0702-545734

e-post: guscarlber@student.gu.se

Klara Trygg

Telefon: 0704-970772

e-post: gustrykl@student.gu.se

Intervjuguide fokusgruppintervjun

Inledning med muntlig och skriftlig information

Öppningsfråga

Vad är lättprodukter?

Nyckelfrågor

- Vad tycker ni om lättprodukter?
- Vad grundar ni era åsikter kring lättprodukter på?
- Vad är tycker ni är positiv respektive negativt med lättprodukter?
- Vart tror du att du fått dina åsikter ifrån?
- Varför använder man lättprodukter?
- Varför använder/använder inte du lättprodukter?
- Vad använder ni hemma?
- Vem sköter inköpen hemma?
- Vad skulle ni köpa om ni fick sköta inköpen själva? Varför?
- Vad tycker ni att skolan ska servera, vad är viktigt, vilket ansvar har dem?
- Vad är viktigt för att ni ska äta maten i skolan? Tänker ni mycket på innehållet?
- Vad tycker ni om att man använder lättprodukter i skolmåltiden?

Avslutande

Personen som intervjuar sammanfattar muntligt det som framkommit under diskussionen och frågar om det stämmer överens med deltagarnas uppfattning och om det är någon som vill lägga till eller ta bort något.