



AKADEMIN FÖR HÄLSA OCH ARBETSLIV  
Avdelningen för arbets- och folkhälsovetenskap

---

# Människors val av lightprodukter och originalprodukter

Malin Johansson

2011

Examensarbete kandidatnivå 15 hp  
Folkhälsovetenskap  
Hälsopedagogiska programmet

Handledare: Gisela van der Ster  
Examinator: Maria Lennernäs

---

Johansson, Malin (2011). Uppsats på C-nivå i folkhälsovetenskap. *Människors val mellan originalprodukter och lightprodukter*. Högskolan i Gävle.

## **Sammanfattning**

Uppsatsen syftade till att ta reda på om människor väljer lightprodukter eller originalprodukter när de handlar mejeriprodukter och drycker. Lightprodukter är sådana livsmedel som består av en minskad andel fett eller tillsatt socker. Även deras motiv samt deras attityder till dessa produkter undersöktes. Slutligen var syftet att ta reda på var de hade införskaffat kunskapen för att kunna göra sitt val samt hur de trodde att media hade påverkat deras val. Metoden var en kvalitativ beskrivande studie med tre fokusgrupper bestående av sex kvinnor 40-50 år, sex kvinnor 20-30 år och fyra män 25-35 år. Varje intervju varade ca två timmar och spelades in på band. Fokusgrupperna bestod av ett bekvämlighetsurval, bland annat beroende på att människors matvanor är ett mycket känsligt ämne.

Resultatet visade att samtliga respondenter valde originalprodukter, med få undantag vid vissa tillfällen. Det främsta skälet var för att de ansåg att de smakade bättre samt hade bättre konsistens. En annan orsak var att de ansåg att det var mer hälsosamt med originalprodukter än att äta mejeriprodukter med minskad andel fett eller drycker med minskad andel socker och med tillsatt sötningsmedel. Ingen av dem hade dock någon förklaring till varför det skulle vara mer hälsosamt med originalprodukter. De två kvinnliga fokusgrupperna trodde att de hade blivit påverkade av media både medvetet och omedvetet. Den manliga fokusgruppen ansåg däremot inte att de blivit påverkade av media då de sällan lyssnade, tittade eller läste om kost och näringslära. En möjlig slutsats av resultatet är att människan lätt blir påverkad av media och debatten som råder i samhället. Denna påverkan är både medveten och omedveten och har ett stort inflytande på respondenternas val av livsmedel och attityder. Vidare är det tydligt att de alla ansåg det vara viktigast att få njuta av vad de äter och dricker. En möjlig slutsats är att kroppens och hjärnans begär är starkt och att det är viktigt att tillfredsställa kroppens och hjärnans önskemål.

Johansson, Malin (2011). *People's choice between original products and light products*.

C- thesis in Public Health. Faculty of Health and Occupational Studies. University of Gävle.

## **Abstract**

The essay aimed to investigate whether people choose light products or original products regarding dairy products and beverages as well as the motives for their respective choice. Finally the purpose was to find out where they had obtained the knowledge to make their choice and how they thought media had affected their choice.

The method used was a qualitative descriptive study with three focus groups consisting of six women aged 40-50, six women aged 20-30 and four men aged 25-35. Each interview lasted 2 hours. The groups were a selection of comfort.

The results showed that all respondents choose original products. The primary reason was because they thought that original products tasted better and had a better consistence. The two female groups thought that they had been affected by the media, while the male group on the other hand did not believe that they had been influenced.

One possible conclusion is that people easily can be affected by the media. This effect is both conscious and unconscious and has a great influence on the respondents' choices of food and beverages. Further, it is obvious that people think it is most important to enjoy what they eat and drink.

Keywords: Light products, choice, media, attitudes

## **Förord**

Författaren tackar härmed handledare, studiens respondenter samt familjen som bidragit till att denna uppsats kunnat genomföras.

Malin Johansson, Gävle, 2011-05-30

## **Innehåll**

<b>1. INTRODUKTION .....</b>	<b>1</b>
<b>2. BAKGRUND.....</b>	<b>1</b>
<b>2.1 KOST OCH KROPPSVIKT .....</b>	<b>1</b>
<b>2.2 LIGHTPRODUKTER .....</b>	<b>2</b>
<b>2.3 MEJERIPRODUKTER.....</b>	<b>4</b>
<b>2.4 DRYCKER.....</b>	<b>5</b>
<b>2.5 TIDIGARE FORSKNING .....</b>	<b>5</b>
<b>3. SYFTE .....</b>	<b>8</b>
<b>3.1 FRÅGESTÄLLNING.....</b>	<b>8</b>
<b>4. METOD.....</b>	<b>8</b>
<b>4.1 DESIGN.....</b>	<b>8</b>
<b>4.2 URVAL OCH MÅLGRUPP .....</b>	<b>9</b>
<b>4.3 FOKUSGRUPPSINTERVJUER - TILLVÄGAGÅNGSSÄTT .....</b>	<b>9</b>
<b>4.4 DATAANALYS .....</b>	<b>10</b>
<b>4.5 VALIDITET OCH RELIABILITET .....</b>	<b>11</b>
<b>5. RESULTAT .....</b>	<b>13</b>
<b>5.1 VIKTMINSKNING .....</b>	<b>13</b>
<b>5.2 NJUTNING .....</b>	<b>14</b>
<b>5.3 KUNSKAP OM MEJERIPRODUKTER OCH DRYCKER.....</b>	<b>16</b>
<b>5.4 MATVANOR.....</b>	<b>17</b>
<b>5.5 KROPPEN.....</b>	<b>19</b>
<b>5.6 MEDIA.....</b>	<b>20</b>
<b>6. DISKUSSION .....</b>	<b>22</b>
<b>6.1 RESULTATDISKUSSION .....</b>	<b>22</b>
<b>6.2 METODDISKUSSION .....</b>	<b>26</b>
<b>7. REFERENSER .....</b>	<b>29</b>
<b>BILAGA 1</b>	
<b>BILAGA 2</b>	

## **1. Introduktion**

En av de främsta faktorerna som påverkar människors hälsa är deras matvanor. Undernäring är ett stort problem i stora delar av världen. Under senare år har däremot övervikt och fetma blivit ett nästan lika stort globalt problem. I många länder är övervikt och fetma ett större problem än undernäring. I Sverige är nästan hälften av alla vuxna män och ungefär en tredjedel av alla kvinnor överviktiga. Statistiken för barn och ungdomar visar att övervikt och fetma även är ett problem för de yngre. De som lever i familjer med låg socioekonomisk standard är den mest utsatta gruppen (Folkhälsoinstitutet, FHI 1).

Förutom övervikt och fetma resulterar även dåliga matvanor i olika typer av sjukdomar, både fysiska och psykiska. Dåliga matvanor innebär både att människor äter för mycket av något ohälsosamt livsmedel eller för lite av något hälsosamt livsmedel. Båda dessa faktorer kan resultera i sjukdomar, antingen relativt omgående eller vid högre ålder. En del sjukdomar är dessutom vanligare hos antingen män eller kvinnor, eftersom de olika könen har olika behov och behöver olika mängd av olika typer av livsmedel samt olika mycket energi (Hvoslef, 2003).

## **2. Bakgrund**

### **2.1 Kost och kroppsvikt**

Den moderna människan har svårt att finna balansen mellan att göra av med kalorier och vad hon äter varje dag. De flesta människor upplever det svårast att äta socker och fett i lagom mängd samt att äta tillräckligt mycket frukt och grönsaker per dag (FHI 1). Av den vuxna befolkningen i Sverige, äter 80 % för mycket fett, 96 % äter för mycket mättat fett och 50 % äter för mycket socker. Det är svårare att göra liknande mätningar på barn och ungdomar, men det är dock möjligt att konstatera att även barn och ungdomar äter för mycket av dessa tre livsmedel (FHI 2).

Många människor i Sverige har inte tillräcklig kunskap om livsmedel, och de är inte medvetna om vad de väljer att handla och äta. Ibland är också onyttiga livsmedel såsom godis, sötsaker, sötade drycker och snacks billigare än frukt, grönsaker och fullkornsprodukter. Detta gör också att konsumenter väljer att handla den typen av mat för att spara pengar (FHI 2).

Precis som i många andra områden finns det mode och trender bland livsmedel och olika typer av dieter, exempelvis Low Carb High Fat och South Beach dieten. I en del dieter ska det frossas i fett, medan i andra ska fett inte ätas alls. Samma åsikter finns om socker; i en del dieter bör inte bantaren äta frukt då det innehåller fruktsocker och i andra ska bantaren frossa i frukt då de än innehåller vitaminer och fibrer. Med dessa åsikter från olika tyckare, modetrender och media, är det svårt för konsumenten att förstå vad olika begrepp innebär och vilka konsekvenser de ger, både på kort och lång sikt (Livsmedelsverket, SLV 1).

## **2.2 Lightprodukter**

Lightprodukter är livsmedel som innehåller en minskad andel tillsatt socker eller fett. Idag väljer bortemot 70 % av Sveriges befolkning att handla lightprodukter istället för originalprodukter. Vissa lightprodukter innehåller en minskad andel socker och/eller att sockret har ersatts av sötningsmedel (Hinson et al, 1992). Andra lightprodukter som innehåller en minskad andel fett ersätts inte alltid med något annat, utan kan istället innehålla mer mättat fett än originalprodukten. Vissa produkter innehåller inte mer mättat fett utan är endast tunnare i konsistensen och smakar lite annorlunda. De mejeriprodukter som finns i en lightvariant är processade på ett annat vis än originalprodukten, och i vissa av dem har näringsämnen tillsatts på ett konstgjort vis då de försvann när den processades (Arla, 2011).

De finns ett flertal anledningar till att människor väljer att handla lightprodukter istället för originalprodukter. En väsentlig anledning är att 250 000 vuxna människor i Sverige lider av diabetes, och flera av dem lider av diabetes typ 2. För att inte sjukdomen ska ge några symptom bör de drabbade vara uppmärksamma på att deras blodsocker inte höjs för kraftigt. För att undvika det äter många istället lightprodukter för att inte sockret i originalprodukterna ska påverka kroppen negativt. Andra människor väljer lightprodukter för att det, enligt många tandläkare, anses vara mer tandvänligt och för att minska riskerna med hål i tänderna väljer de bort sockret (SLV 2).

### **Märkning av lightprodukter**

Många livsmedel säljs med en rad vanligt förekommande begrepp för att beskriva dess innehåll. För att det ska få stå ”Sockerfri” på en förpackning får produkten innehålla maximalt 0,5 gram socker per 100 gram/milliliter vara. När en förpackning benämns som ”lightprodukt” eller ”minskat innehåll av socker” krävs det att man har minskat mängden socker med 30 % jämfört med den ursprungliga produkten (SLV 3).

Även för produkter som innehåller en minskad andel fett förekommer begrepp som beskriver mängden fett i olika livsmedel. Om det står ”fettfri” innebär det att produkten får innehålla högst 0,5 gram fett per 100 gram/milliliter. Om det står ”Fri från mättat fett” får produkten inte innehålla mer än 0,1 gram mättat fett per 100 gram/milliliter. Precis som när produkter med en minskad andel socker beskrivs som lightprodukter, måste 30 % av fettinnehållet minskas från originalprodukten för att den ska få kallas lightprodukt. Det är inte tvunget att livsmedelsförpackningar ska innehålla en näringsdeklaration, men om företaget väljer att ha den med, är det lag på att den ska vara helt sanningsenlig. Alla produkter måste däremot ha en presentation av produktens ingredienser (SLV 3).

### **Effekter av lightprodukter**

Debatten i svenska media huruvida lightprodukter är hälsosamma eller inte har varit livlig de senaste åren. Om en människa äter produkter med sötningsmedel i blir inte denne lika mätt lika länge som den hade blivit om det hade varit vanligt socker. Istället vill människan äta ytterligare en portion för att den känner hunger och sug efter mat. Detta beteende resulterar i att människan äter för mycket mat om den inte är disciplinerad och klarar av att stå emot (Erlansson-Albertsson, 2007)). För att människor ska kunna göra ett korrekt val mellan lightprodukter och originalprodukter är det relevant att de förstår effekterna av lightprodukter.

Efter en måltid hamnar människan i ett tillstånd med låg puls, vila och eufori. Mättnad är en behaglig känsla, bland annat beroende på att hormoner frigörs när mättnadskänslan infinner sig. För att uppnå en mättnadskänsla krävs det att man äter mat med energi, alltså kalorier. Om människan får i sig för lite energi en längre tid är risken stor att kroppen hamnar i en stresstillvaro då den inte har fått möjlighet att fylla på sina energidepåer tillräckligt mycket. Konsekvenserna av att tillföra kroppen för lite energi är många, den vanligaste är viktnedgång. Detta kan vara positivt då många är överviktiga, det är dock en nackdel om normalviktiga minskar i vikt då det är lika ohälsosamt att vara underviktig som överviktig (Erlansson-Albertsson, 2007).

En annan nackdel med att inte tillfredsställa kroppen är att aptiten och hungerkänslorna inte försvinner, utan att personen fortfarande är ”sugen” på något mer ätbart eller drickbart. Många kan inte motstå detta sug vilket resulterar i att de äter ännu mer och både töjer ut magsäcken och får i sig för många kalorier. Lightprodukter innehåller visserligen färre kalorier, men till en måltid äter en människa vanligtvis inte endast lightprodukter. Detta innebär att om en



person äter dubbla portioner för att tillfredsställa sitt ”sug”, kan det resultera i att personen får i sig fler kalorier än vad den hade fått om den endast åt en portion bestående av originalprodukter (Erlansson-Albertsson, 2007).

Det finns även positiva effekter av lightprodukter. Människan äter mycket kolhydrater och i kolhydrater finns olika typer av socker som tänderna tuggar sönder. Människans tänder utsätts dagligen för denna belastning. För att minimera risken att drabbas av hål i tänderna uppmuntrar tandläkare att befolkningen ska äta mindre vanligt socker (Västerbottens läns landsting, VLL 2011).

### **2.3 Mejeriprodukter**

Mejeriprodukter är livsmedel framställda av mjölk och som genom tillverkning och ytterligare processer blir exempelvis ost, keso, yoghurt och fil. Dessa produkter finns både som lightvariant och som originalprodukt. Det som skiljer dem åt är andelen fett per hundra gram. Originalprodukterna innehåller mer fett än lightprodukten. Däremot innehåller lightvarianten i vissa produkter mer mättat fett än i originalprodukten (Arla, 2011).

I Sverige rekommenderar Livsmedelsverket att skolelever ska äta och dricka lättmjölk och lättmargarin i skolmatsalen, då barn och ungdomar får i sig för lite fleromättat fett och för mycket mättat fett, och av den anledningen menar de att genom att äta lättmjölk och lättmargarin minskar risken för hjärt-och kärlsjukdomar i äldre åldrar. Ett annat skäl är att barnen året om får i sig D-vitamin, då lättmjölk och lättmargarin är berikade med D-vitamin (SLV 4).

#### **Låg fetthalt**

Många konsumenter väljer lightvarianter då de vill minska sin konsumtion av fett. Detta gäller främst mättat fett som finns i mejeriprodukter och köttprodukter Dessutom innehåller fett fler kilokalorier per hundra gram än protein och kolhydrater, vilket betyder att de som väljer livsmedel med låg fetthalt får i sig färre kilokalorier än de som äter originalprodukter. Fett innehåller nio kilokalorier per hundra gram medan kolhydrater och protein innehåller fyra kilokalorier per hundra gram (SLV 5).

En fjärdedel av Sveriges vuxna befolkning lider av högt blodtryck. En av livsmedelsverkets rekommendationer för att inte drabbas är att äta mjölkprodukter med minskad andel fett. Det innebär alltså att de uppmuntrar att så många som möjligt ska äta magra alternativ (SLV 6).

## **2.4 Drycker**

Socket i flytande form, alltså drycker som läsk, saft, O'boy samt sport- och energidrycker anses vara en förklaring till ökningen av övervikt och fetma i Sverige. Många människor upplever inte tillfredställelse på samma vis med dryck jämfört med mat. Drycker ger inte heller någon direkt mättnadskänsla, vilket gör att många människor dricker stora mängder innan de känner sig belåtna. Kroppen har inte förmågan att avgöra om den är hungrig eller mätt efter att en människa har druckit. Dessa drycker innehåller oftast inte några näringsämnen utan endast smakämnen och socker (Erlansson-Albertsson, 2007).

Det finns alternativa lightdrycker med nästan samma smak som originalprodukten, skillnaden är att originalprodukter innehåller socker och kalorier medan lightprodukter innehåller sötningsmedel. Konsumenten kan därmed dricka vad den önskar med den skillnaden att den nästan inte får i sig några kalorier men desto mer sötningsmedel (SLV 3).

### **Sötningsmedel**

Sötningsmedel är ett ämne som används som tillsats i en del livsmedel för att produkten ska upplevas söt. Det finns många olika sötningsmedel, där de vanligaste är aspartam, sukralos, maltitol och mannitol. Det finns två olika typer av sötningsmedel, dels de som är energigivande, dels de som inte är energigivande, som alltså inte innehåller några kalorier. I dagligt tal syftar begreppet sötningsmedel oftast på de icke energigivande (SLV 2).

## **2.5 Tidigare forskning**

1993-2001 genomfördes en fransk tvärsnittsstudie med 12000 deltagare. Syftet var att ta reda på hur människornas hälsa reagerade beroende på om deltagarna åt lightprodukter eller originalprodukter. Varje deltagare rapporterade sin mat under sex dagar per år. Därefter jämfördes de deltagare som åt livsmedel med minskad andel fett samt minskad andel socker – där alternativen istället var olika typer av sötningsmedel – med deltagare som endast åt originalprodukter. Resultatet visade att de människor som ätit lightprodukter vägde mer än de deltagare som åt originalprodukter (Bellisle et al 2001).

I en annan studie från 2008 jämfördes råttor som fick äta yoghurt med sötningsmedlet sackarin med råttor som fick äta yoghurt med vanligt strösocker. Syftet var att ta reda på hur dessa två gruppers val av yoghurt påverkade deras vikt. Resultatet visade att de råttor som åt yoghurt med sötningsmedlet sackarin i ökade i vikt (Swithers & Davidson, 2008).

World Cancer Research Fund (WCRF) har presenterat en rapport där de redovisar hur människor kan minska risken att drabbas av cancer. De menar att människan ska minska intaget av socker, både i snabbmat, drycker och sötsaker eftersom detta genererar en viktuppgång som sedan kan resultera i någon typ av cancersjukdom (WCRF, 2010).

Enligt ytterligare en studie menar forskare att en kost med minskad andel kolhydrater är att föredra, både om man önskar minska i vikt, minimera risken för sjukdomar samt för att bli piggare. I drycker finns socker och socker är en typ av kolhydrat. Forskarna i den aktuella studien menar att kolhydraterna ökar risken för hjärtsjukdomar och diabetes (Foster et al, 2010).

Enligt en amerikansk studie från 1992 visades att de barn som åt en kost med minskad andel fett konsumerade desto mer kolhydrater, vilket automatiskt innebär mer socker. Å andra sidan beskrev studien att barn bör minska andelen fett, främst mättat fett och då kan det vara en fördel att äta lightprodukter, men då ska barnet kunna motstå kolhydrater, för annars blir det ohälsosamt oavsett vilket, enligt forskarna. Resultatet visade också att barn som äter originalprodukter äter mer fett och mer protein, medan barn som äter lightprodukter äter mer kolhydrater. Forskarna menade att det är bättre att barnen äter mer fett och protein än socker (Nicklas et al 1992).

En svensk studie från 2006 undersökte hur kvinnor som drack standardmjölk och åt fet ost påverkade sin vikt, jämfört med kvinnor som drack lättmjölk och åt mager ost. De kvinnor som valde lightprodukter hade en högre tendens att minska i vikt än de kvinnor som åt originalprodukter. Studien inkluderade 19000 kvinnor och följdes upp efter nio år. Uppföljningen visade att majoriteten av kvinnorna hade gått upp i vikt, men att de som drack och åt originalprodukter hade gått upp mindre än jämförelsegruppen (Rosell et al, 2006).

En studie från USA undersökte om människor äldre än 56 år som led av ledgångsreumatism, blev helt eller delvis symptomfria om de åt lightprodukter med minskad andel fett, samt

vegankost. Samtliga deltagare i undersökningen fick ändra sin kost under fyra veckor. Det var en interventionsstudie. Resultatet visade att deltagarna blev delvis eller helt symptomfria och att deras smärta minskade. De som hade mest utvecklad ledgångsreumatism och tydligast symtom, var de som fick bäst resultat då deras symtom minskade mest. När deltagarna började äta sin vanliga kost igen med originalprodukter, kom deras symtom tillbaka (McDougall et al 2002).

Ytterligare en studie från USA som visade positiva effekter av minskad andel fett i kosten, undersökte om män som åt lightprodukter minskade risken att drabbas av prostatacancer. Det var en interventionsstudie. Resultatet visade under de fyra år som studien pågick, att det var en fördel att äta livsmedel med reducerad fetthalt. Vidare visade studien att de män som åt lightprodukter hade ett lägre BMI (Body Mass Index) än de män som åt originalprodukter (Li et al 2008).

World Cancer Research Fund menar att människor bör minska intaget av feta livsmedel, både mejeriprodukter, sötsaker och animaliska produkter för att minska risken att drabbas av cancer. När människan ökar intaget av fett, ökar automatiskt intaget av kalorier och man riskerar därmed en ohälsosam viktuppgång. Detta kan i sin tur resultera i sjukdomar, som exempelvis olika typer av cancer (WCRF, 2010).

Enligt en studie gjord 2011 undersöktes två grupper av människor som bantade. Ena gruppen åt livsmedel med minskad andel fett och andra gruppen med hög andel fett i kosten. Båda grupperna åt mejeriprodukter. Forskarna jämförde dessa två grupper för att ta reda på om det resulterade i någon skillnad avseende viktminskning och hälsa. Efter sex veckor var det möjligt att se att båda grupperna hade minskat sitt BMI. Den gruppen som åt kost med låg fetthalt hade också minskat sitt midjeomfång samt minskat fettmassan på kroppen (Varady et al, 2011)

### **Problemformulering**

Människan stoppar något i munnen flera gånger per dag. Detta sker sju dagar i veckan, varje vecka, varje månad och varje år tills personen dör. På grund av den snabba utveckling med halvfabrikat och processade livsmedel är det många människor som inte vet vad maten innehåller och vad de stoppar i munnen. Därmed är det väsentligt att studera vad människor anser om olika livsmedel och vad de baserar sina val på. Vidare är debatten lightprodukter

och originalprodukter omdiskuterad vilket gör det intressant att bidra med en undersökning på detta område.

### **3. Syfte**

Syftet med följande uppsats är att ta reda på om konsumenterna väljer lightprodukter eller originalprodukter och om motivet till sina respektive val. De två typer av livsmedel som uppsatsen inriktar sig på är alla typer av drycker och mejeriprodukter.

#### **3.1 Frågeställning**

Frågeställningar:

- Väljer man att handla och äta lightprodukter eller originalprodukter i kategorierna mejeriprodukter och drycker?
- Vilket är respondenternas syfte för respektive val?
- Vad har de för kunskap om lightprodukter och originalprodukter som resulterar i deras respektive val?
- Vad har de för attityder till lightprodukter och originalprodukter?

### **4. Metod**

#### **4.1 Design**

Uppsatsen är en kvalitativ beskrivande studie. Den beskriver vad respondenterna i studien väljer att handla hem. Författaren valde att precisera frågorna i intervjun så detaljerat som möjligt för att få ett trovärdigt svar. Syftet var att ta reda på respondenternas attityder och inställning till lightprodukter och originalprodukter. Författaren valde att genomföra fokusgruppsintervjuer. Anledningen till att fokusgrupper valdes var för att det skulle ge mest information. Om intervjuer med en respondent i taget skulle genomföras skulle risken öka att respondenten inte var bekväm. Med fokusgrupper upplevs intervjun som ett samtal med vänner och då är det troligtvis lättare att vara bekväm vilket genererar i ett större deltagande. Vidare innebär fokusgrupper att författaren sitter tillsammans med respondenterna och ställer frågor. Därefter får respondenterna besvara frågan, prata och diskutera tillsammans.

Semistrukturerade intervjuer valdes för detta syfte då det krävs att författaren låter respondenterna prata fritt så att de känner sig bekväma och att författaren samtidigt är vaksam på att samtalsämnena inte börjar handla om annat än undersökningens syfte (Carlsson, 1996).

#### **4.2 Urval och målgrupp**

Till denna uppsats har ett bekvämlighetsurval använts. Anledningen till detta är att det är svårt att hitta respondenter som är villiga att avsätta två timmar för en intervju och som dessutom är villiga att berätta om sina matvanor. Människors matvanor är ofta ett mycket känsligt och privat ämne att prata om, och framförallt att berätta om inför främlingar (Trost, 2005).

För att ge uppsatsen större validitet, valdes tre olika målgrupper ut med sex personer i varje förutom i den sista där endast fyra personer deltog. Dessa tre målgrupper var kvinnor 40-50 år, kvinnor 20-30 år samt män 25-35 år. Författaren var endast bekant med ett fåtal av deltagarna och majoriteten av dem hade författaren aldrig träffat. De respondenter som var bekanta med författaren hade aldrig berättat eller pratat om vad de hade för typ av matvanor med författaren. De 16 deltagarna valdes ut genom vänners vänner och hade inte någon social koppling till författaren. Vänner och bekanta tillfrågades om att ge förslag på deras vänner. Därefter frågade författarens vänner sina vänner om författaren fick ringa och presentera sin studie. Därefter kontaktades dessa av författaren och blev tillfrågade att delta (Trost, 2005).

#### **4.3 Fokusgruppsintervjuer - tillvägagångssätt**

För genomförandet av fokusgruppsintervjuerna användes en semistrukturerad intervjumetod, då det är viktigt att respondenterna får möjligheten att själva ta initiativ till vidare diskussion med varandra. Samtidigt är det relevant att ha en lagom strukturerad intervjumetod då det är sex olika personer som intervjuas samtidigt och därmed är risken stor att intervjun ej lyckas besvara frågeställningen utan att respondenterna börjar prata om annat (May, 2001).

För att fastställa vilka frågor som lämpades för att besvara syftet, antecknades flera olika frågor ner. Därefter reducerades tio till sju stycken frågor. Efter det skrev författaren ner samma frågor till både del ett och del två. Slutligen blev det sju frågor som handlade om mejeriprodukter och fett och sju frågor som handlade om drycker och socker (Bilaga 1). För att vara säker på att de 14 frågorna tolkades korrekt, intervjuades två andra personer innan fokusgrupperna startade för att få detta bekräftat. Förutom intervjuerna har författaren läst

litteratur och vetenskapliga artiklar för att veta vilka frågor som är korrekta att ställa samt för att kunna skriva en trovärdig diskussion (Gillham, 2008).

Samtliga 16 respondenter kontaktades via telefon. Under telefonsamtalet informerades de om studien, frågeställning samt varför de hade kontaktats. Alla 16 respondenter fick ett informationsbrev om studien via e-post (Bilaga 2). Därefter fick de återkomma med frågor om studien samt meddela om de ville delta. Samtliga respondenter bekräftade direkt via telefon att de inte hade något problem med att berätta om hur de handlade och/eller åt och att de därför gärna ville delta och tackade ja. Författaren ansåg att det var relevant att fråga om de var bekväma med det för att det inte skulle bli obehagligt under intervjun och för att de med säkerhet skulle kunna bidra till intervjun.

De tre fokusgruppsintervjuerna genomfördes hemma hos författaren i syfte att skapa en trevlig miljö som samtidigt var neutral för respondenterna, så att de på det viset skulle känna sig avslappnade och bekväma med att prata inför och med varandra (Carlsson, 1996). Vid intervjutillfällena hade författaren neutral klädsel och anpassade både klädsel och språk till respondenternas ålder. Författaren serverade både dryck och mat för att intervjun inte skulle upplevas stel och för att samtliga deltagare skulle kunna, om de önskade, hålla i någonting och göra någonting under tiden som de lyssnade på varandra. På det viset blev det som en middag istället för en fokusgruppsintervju (Trost, 2005).

Varje fokusgruppsintervju höll på i ungefär två timmar och spelades in på band. Bandinspelning användes för att författaren vid transkriberingen lättare skulle kunna höra respondenternas åsikter samt hur de hade sagt det. När fokusgruppsintervjuerna var slut stannade flera respondenter kvar för att fortsätta prata privat, vilket tydde på en hög bekvämlighet bland deltagarna (Trost, 2005).

#### **4.4 Dataanalys**

Varje intervju transkriberades dagen efter att den hade genomförts. Detta för att författaren inte skulle bli tvungen att transkribera alla tre intervjuer efter varandra och därmed riskera att försämra kvaliteten på transkriberingen. Vid transkriberingen var avsikten för författaren att fokusera på uppsatsens frågeställning. Texten transkriberades och gjordes mer läsvänlig för författaren. Upprepade meningar och åsikter togs bort för att författaren enklare skulle kunna arbeta med texten. Då det var fyra eller sex personer vid varje fokusgrupp, och därmed

mycket material att transkribera, transkriberades inte all text ner på papper. Delar av samtalen som inte handlade om ämnet reducerades bort med en gång när författaren lyssnade på texten (Gillham, 2008).

När samtliga tre transkriberingar var gjorda, genomfördes datareduceringen. Vid datareduceringen reducerades mer text som inte upplevdes relevant för studiens syfte. Denna gjordes för att på ett smidigare vis kunna analysera texten och finna det som var relevant för uppsatsens syfte. Detta gjordes två dagar efter varje transkribering då författaren ansåg det mer kvalitativt att inte göra allt samtidigt för att fokus och koncentration inte skulle gå förlorat (Gillham, 2008).

Därefter genomfördes en innehållsanalys där all reducerad text delades in i olika teman och kategorier. Denna innehållsanalys gjordes för att fastställa vad de olika fokusgrupperna hade som gemensamma diskussioner samt för att se om de hade liknande åsikter kring olika teman. Dessa teman blev sex stycken: viktminskning, njutning, kunskap om mejeriprodukter och drycker, matvanor, kroppen och slutligen media. Just dessa kategorier valdes då de är alla aktuella för studiens frågeställning och det är väsentliga kategorier att presentera för att besvara studiens syfte. De valdes också för att lättare förklara respondenternas åsikter och motiv till sina respektive val. Dessa teman valdes för att vara beskrivande. Under dessa underrubriker förklaras respondenternas åsikter som även exemplifieras med citat från fokusgrupperna (Gillham, 2008).

#### **4.5 Validitet och Reliabilitet**

För att uppsatsen ska vara korrekt är det viktigt att kontrollera att uppsatsen mäter det den avser att mäta i syfte och frågeställning. Denna typ av försäkran kallas validitet. För att uppnå validitet, valdes semistrukturerade intervjuer för att inte respondenterna ska byta ämne under intervjun och därmed inte besvara frågeställningen (Ekengren & Hinnfors, 2006).

Författaren har under fokusgruppsintervjuerna styrt samtalet mellan de sex samt fyra respondenterna, men utan att ställa slutna eller ledande frågor eller påverka deltagarna att uppnå syftet med intervjun. Vidare har samtliga respondenter uppmuntrats till att våga prata och berätta om sina matvanor samt till att lyssna uppmärksamt på de andra deltagarna (Jacobssen, 1993).



Begreppet reliabilitet innebär att uppsatsen ska vara tillförlitlig. Författaren har därmed varit noggrann och korrekt med samtliga krav som råder för att uppsatsen ska ha hög reliabilitet (Ekengren & Hinnfors, 2006). För att veta att hög reliabilitet råder ska det vara möjligt för en annan person att genomföra samma undersökning igen och få samma svar.

Syftet med aktuell uppsats var att ta reda på om människor väljer lightprodukter eller originalprodukter. För att svaret ska vara trovärdigt, valdes tre olika typer av målgrupper i olika åldrar och olika kön för att få en så bred spridning som möjligt av deltagare. Genom att göra det, ökar tillförlitligheten och pålitligheten till att samma svar ges även nästa gång uppsatsens syfte undersöks (Olsson & Sörensen, 2007).

### **Etiska överväganden**

Ett viktigt område i en uppsats är den goda etik som ska följas. En uppsats kan omöjligt godkännas om inte etik och moral tas på största allvar och prioriteras högst av författaren. Det största felet en författare kan begå är lögnen och därmed fastställer författaren till denna uppsats att detta inte har varit i åtanke (Vetenskapsrådet, 2002).

Samtliga respondenter blev informerade via telefon och fick sedan ett informationsbrev via e-post om uppsatsens syfte och vad författaren önskade av dem (Bilaga 2). Därefter fick de återkomma med besked huruvida de ville delta eller ej. I informationsbrevet fick de all information som var relevant och kunde själva ta beslut om eventuellt deltagande. Det skrevs inte något skriftligt samtycke då ämnet ej var personligt och att de dessutom hade möjlighet att avbryta sitt deltagande fram till uppsatsens inlämnande. Samtliga respondenter var myndiga och friska och därmed förstod de vad de valde att delta i (Vetenskapsrådet, 2002)).

Ett annat viktigt område i etiken är konfidentialiteten. Samtliga respondenter var anonyma och det framgår inte i vilken eller vilka städer i Sverige de bor. Det går dock inte att styrka deras anonymitet. Detta beror på att i fokusgruppsintervjuer intervjuas flertalet personer vid varje tillfälle vilket innebär att de får reda på vad de andra deltagarna säger. Författaren klargjorde detta vid varje intervjutillfälle och betonade vikten av att inte samtala om vad som sades under intervjun till någon annan när intervjun var slut. Innan intervjuerna startades blev deltagarna informerade om detta (Vetenskapsrådet, 2002). Om de valde att inte delta längre fick de information om att de skulle kontakta författaren och att författaren då skulle stryka respondentens deltagande (Trost, 2005).

## 5. Resultat

Nedanstående text redovisar undersökningens resultat. Respondenterna är sex kvinnor mellan 40-50 år (i texten refererade till 'äldre kvinnor'), sex kvinnor mellan 20-30 år (i texten refererade till 'yngre kvinnor'), samt fyra män mellan 25-35 år (i texten redovisas de som gruppen 'män'). Resultatet redovisar varje fokusgrupp för sig, detta för att det ska bli tydligare att läsa gruppernas olika åsikter. Följande text redovisas i kategorier och de lyder som följer: viktminskning, njutning, kunskap om mejeriprodukter och drycker, matvanor, kroppen och slutligen media.

### 5.1 Viktminskning

Majoriteten av de kvinnliga respondenterna hade någon gång under sitt liv försökt att minska i vikt. Det var endast en av respondenterna som gick på en viktminskningskur, och hon var i gruppen äldre kvinnor. I gruppen män var det ingen som hade försökt att gå ner i vikt.

#### Mejeriprodukter

Två av kvinnorna i den äldsta målgruppen valde lightprodukter när de skulle handla mejeriprodukter om de skulle gå ner i vikt. Detta var för att de deltog i Viktväktarna som rekommenderade lightprodukter. Det var dock mer än tio år sedan som de deltog. Samtliga övriga kvinnor som hade önskat att gå ner i vikt hade valt originalprodukter under den tiden. En av kvinnorna i gruppen 40-50 år menade att enligt hennes diet skulle hon äta mycket fett och därför valde hon de fetare alternativen när hon åt efter den.

*"Jag har följt GI då och då och då ska man ju ha så fett som möjligt"* Kvinna 40-50 år

En av kvinnorna i den yngre gruppen berättade att hon hade valt originalprodukter för att då åt hon mindre mängd mat för att hon blev mätt fortare. Majoriteten av den yngre fokusgruppen menade att även om lightprodukter innehöll färre kalorier, innehöll de även andra onyttiga ämnen som inte var bra för kroppen. Det argumentet vägde över till förmån för originalprodukter. De trodde att kroppen mår bäst av att äta produkter som inte hade processats.

*"I lättmjölk måste de ju ha tillsatt saker för att den ska innehålla lika mycket näringsämnen som i fetare produkter och det är inga naturliga ämnen"* Kvinna 20-30 år

Ingen av respondenterna i den manliga gruppen reflekterade över mängden fett i mejeriprodukter. De var överens om att även om de skulle vilja gå ner i vikt skulle de ändå välja originalprodukter bland mejerivarorna och i så fall skulle de minska mängden mat.

### **Drycker**

Flera av respondenterna i de båda kvinnliga grupperna förklarade att de inte drack mycket läsk, juice eller saft. Däremot sa de att när de väl gjorde det, valde de originalprodukter. De menade nämligen att de drack så lite och så sällan att det sockret som de fick i sig inte påverkade deras viktnedgång. Det fanns däremot ett undantag enligt de flesta kvinnor och det var att de flesta valde att handla hem saftmärket Fun light. Trots att de flesta valde bort lightprodukter så gjorde lika många ett undantag för just denna saftsort.

I fokusgruppen med endast män svarade de flesta att de drack läsk kontinuerligt varje vecka. Hälften av respondenterna valde originalläsk och för en av dem spelade det ingen roll vilket han drack. Trots att dessa män aldrig någonsin hade försökt att gå ner i vikt, beskrev de att de var medvetna om att läsk innehöll mycket socker och att de av den anledningen inte drack för mycket för att inte gå upp i vikt.

*"Alltså, jag vill inte att vikten ska skena iväg på något vis, och socker och läsk kan vara en sådan bov"* Man 25-35 år

### **5.2 Njutning**

Den främsta anledningen till att nästan alla, med få undantag avseende vissa livsmedel, valde originalprodukter var för att det smakade bäst enligt respondenterna. De menade att konsistensen och smaken hade mycket stor betydelse beroende på vilket livsmedel de valde.

### **Mejeriprodukter**

Bland de äldre kvinnorna menade flera att det inte var gott om de använde lightprodukter i matlagning. De pratade om hur såser, grytor och röror blev vattniga och inte fick samma goda smak med lightvarianter. Denna åsikt delades av de yngre kvinnorna. De två yngre fokusgrupperna var överens angående mjölk, där de menade att lättmjölk och minimjölk var rinnig och smakade som äckligt vatten. Det var dock ingen av respondenterna som drack röd

mjölk (standardmjölk). De flesta drack grön mjölk (mellanmjölk) och ett par respondenter från den äldre kvinnliga målgruppen drack blå mjölk (lättmjölk).

Kvinnorna i den yngre fokusgruppen var överens om att ju fetare mejeriprodukten var, desto godare var den. Allihop valde därför originalprodukter med få undantag då de ibland kunde vara sugna på lättfil eller lättoghurt. De upplevde att riktigt smör och grön mjölk var godare i konsistensen. En av kvinnorna hade provat att använda kesella i sin matlagning men det tyckte hon inte om och valde därför återigen ett fetare alternativ.

*”Jag testade kesella när jag skulle göra en sås till kött och potatis, och då ville vi ha en ganska tjock sås, men den blev alldeles för rinnig, så nästa gång blir det fettrik crème fraiche”* Kvinna 20-30 år

Männen var överens om att samtliga mejeriprodukter var godare som originalprodukt. De menade dock att de kunde tänka sig att äta lightvarianter gällande fil och yoghurt men inte mjölk. Där tyckte de att det var viktigt att få dricka mjölk med 3% fett i då den var både godare i smak och konsistens.

### **Drycker**

En av männen betonade flera gånger att läsk med aspartam i var ”det äckligaste han någonsin hade smakat”. För honom spelade det inte någon roll om han drack lightläsk eller vanlig läsk, om det inte hade varit för att lightläsk var så äcklig. En av kvinnorna i den äldre gruppen tyckte också att ”aspartam smakade äckligt”. Det var ingen annan av de andra respondenterna som ansåg att sötningsmedlet i drickan smakade äckligt, istället tyckte de att lightläsk smakade ”blaskigt” och vattnigt.

*”Lightläsk tycker jag smakar som billig och gammal Coca Cola”* Man 25-30 år

En del tyckte att lightläsk smakade precis lika bra, men då var det andra i familjen som tyckte bättre om vanlig läsk och av den anledningen drack hela familjen vanlig läsk. Trots att en del av de äldre kvinnorna inte ville att barnen skulle dricka så mycket läsk, kände de att de borde få dricka läsk om de lät sig själva att njuta av vin. De kände att det skulle vara rättvist på fredag och lördagskvällar.

*”Vi kan inte sitta där och njuta av vin och barnen inte får dricka läsk” Kvinna 40-50 år*

En kvinna i den äldre fokusgruppen drack lightläsk, och anledningen var att hon tyckte att vanlig läsk smakade för sött. Hon hade hela sitt liv druckit lightläsk och hade vant sig vid den smaken, menade hon.

*”När jag dricker vanlig cola smakar det väldigt sött och jag blir törstig av det” Kvinna 40-50 år*

### **5.3 Kunskap om mejeriprodukter och drycker**

Båda de kvinnliga fokusgrupperna var överens om att de kände till vad som var skillnaden mellan lightprodukter och originalprodukter. Däremot ansåg den manliga fokusgruppen att de inte kunde särskilt mycket. Samtliga respondenter hade velat lära sig mer men ansåg att de var tvungna att prioritera andra och viktigare göromål.

#### **Mejeriprodukter**

En av de äldre kvinnorna förklarade skillnaden mellan lättmjölk och mellanmjölk och menade att hon kan en del när det gäller innehåll av kalorier, socker, näringsämnen och fett. De andra kvinnorna höll delvis med och menade att de inte bara kontrollerade fetthalten när de handlade mejeriprodukter. De menade att sockerhalten i produkten var viktigare.

*”Jag kan sådant som jag tycker är viktigt för familjen, men allt annat har jag nog svårt att förklara” Kvinna 40-50 år*

Majoriteten av kvinnorna i den yngre fokusgruppen ansåg att de också visste mycket om skillnaden mellan lättvarianter av mejeriprodukter och originalprodukter. De menade att lättvarianter och originalprodukter är precis lika nyttiga och att enda skillnaden är att fett är borttaget i lightvarianten.

Fokusgruppen med män visste att mejeriprodukter i lightvarianten innehöll mindre fett än originalprodukter. Det var det enda de visste om mejeriprodukter. De hade hört talas om begreppet kalorier och visste att människan skulle få i sig det, men mer än så visste de inte. De visste inte heller om mejeriprodukter innehöll några näringsämnen.

*”Om det är mycket fett i något är det nog också mycket kalorier i det tänker jag borde vara mest logiskt, men jag vet inte säkert”* Man 25-35 år

### **Drycker**

Ingen respondent i den äldre kvinnliga fokusgruppen visste vad sötningsmedel var. De visste endast att det var något som ersatte socker i läsk, saft, O’boy och energidrycker. Vissa kvinnor arbetade inom sjukvården och hade genom sitt yrke lärt sig hur socker och sötningsmedel påverkade tänder, vikt och hälsa.

Fokusgruppen med unga kvinnor menade att de hade tagit del av medias debatt om sötningsmedel. De tyckte att den var intressant och menade att de inte valde drycker med sötningsmedel i, då de hade läst och hört hur dåligt det var för kroppen. De var dock inte säkra på vad sötningsmedel var för något, utan bara att det var negativt för kroppens hälsa.

*”Nej men det är ju så onaturligt och dåligt för kroppen så det vill jag inte dricka, men exakt vad som händer i kroppen vet jag nog inte”* Kvinna 20-30 år

Den manliga fokusgruppen visste att lightprodukter innehöll lite eller inget socker alls men däremot sötningsmedel, och att originalprodukter innehöll socker men inget sötningsmedel. De trodde att lightdryckerna innehöll färre kalorier än originalprodukterna.

*”Det är lite pinsamt, men jag har faktiskt ingen aning om vad det innehåller”* Man 25-35 år

### **5.4 Matvanor**

Majoriteten av kvinnorna i den äldre fokusgruppen berättade att de hade haft ungefär samma matvanor sedan de bildade familj. Innan dess, när de bodde själva, experimenterade de mer och testade olika typer av mat och olika vanor. De hade dessutom andra matvanor när de bodde hemma och föräldrarna handlade hem maten och planerade måltiderna.

### **Mejeriprodukter**

Kvinnorna i fokusgruppen 40-50 år gamla, menade att de hade försökt handla hem så att alla i familjen skulle få vad de önskade. Detta hade dock inte varit praktiskt fungerbart och av den anledningen hade de börjat ha mer bekväma vanor och därmed endast handlat hem en eller två sorters mjölk. Det hade då oftast blivit lättmjölk eller mellanmjölk.

Majoriteten av kvinnorna i den yngre fokusgruppen var uppväxta med originalprodukter. Samtliga som var uppväxta med det hade fortsatt att äta det, och de få som åt lightprodukter i barndomshemmet hade gått över till att välja originalprodukter i form av mellanmjölk och riktigt smör. Sedan de hade flyttat hemifrån hade de alltid ätit originalprodukter.

*”Jag vet inte varför, men när jag flyttade hemifrån började jag äta originalprodukter istället”*

Kvinna 20-30 år

Den manliga fokusgruppen beskrev att de hade bestämda matvanor. De åt vanligtvis samma mejeriprodukt till frukost varje dag och ungefär samma typ av varor till lunch och kvällsmat. De var även uppväxta med den typen av mejeriprodukter som de åt nu. De sa därför att deras matvanor gällande mejeriprodukter var desamma som de alltid hade varit.

### **Drycker**

De äldre kvinnorna försökte och hade försökt i flera år att påverka sina familjer att skaffa bra matvanor. De som fortfarande hade barn boendes hemma, försökte endast servera läsk och saft på helgerna. Några respondenter grämde sig över att de hade infört läsk och saft till sina barn i unga åldrar och på det viset skapat dåliga matvanor för dem.

De yngre kvinnorna sa att de inte drack så mycket läsk på vardagarna men att de unnade sig på helgerna. De ville inte dricka sådana drycker för ofta då de var rädda för att hamna i dåliga vanor och därmed få sug efter läsk varje dag. Även om de inte led av sockerberoende, var de rädda att de skulle kunna drabbas av det och att det då skulle vara svårt att bli av med beroendet igen. En av kvinnorna var mycket försiktig med att inte dricka läsk och saft för ofta då hon led av sockerberoende.

*”Jag är sockerberoende och läser på alla förpackningar för att inte dricka eller äta dolt socker”* Kvinna 25-35 år

Den manliga fokusgruppen hade inga speciella vanor eller regler för hur de drack olika drycker. De sa allihop att de gick på sin känsla och att om de någon vecka hade druckit mycket läsk försökte de dricka mindre läsk kommande dagar. De försökte ha en balans men det var ingenting som de prioriterade.

*”Jag har inga regler som vissa andra har om när jag får dricka eller äta något speciellt”*

Man 25-35 år

## **5.5 Kroppen**

### **Mejeriprodukter**

En av kvinnorna i den äldre fokusgruppen förklarade att hon hade läst och sett på tv att lightprodukter gjorde att människan inte kände mättnad och att kroppen trodde att den skulle vara mer hungrig. Av den anledningen valde hon bort lightprodukter när hon skulle köpa mejeriprodukter då hon inte ville riskera att ”lura” sin egen kropp. Flera av de andra kvinnorna i samma fokusgrupp instämde och sa att de inte trodde att det var bra för kroppen att få i sig mat som var processad och som därmed innehöll artificiella ämnen. De trodde att det kunde skada deras kroppar på lång sikt.

*”Människokroppen är inte gjord för att äta halvfabrikat och sådant, det kan skada vuxna, men framförallt barn då deras kroppar och organ inte är färdigutvecklade ännu”*

Kvinna 40-50 år

Kvinnorna i nyss nämnda fokusgrupp menade även att de ville äta varor som var så nära ursprungsråvaran som möjligt och menade att originalprodukter beträffande mejeriprodukter är mer naturliga än lightvarianten. Detta var främst för att de ville att deras mage och tarmar skulle fungera bra och att de skulle känna sig pigga och fräscha.

Den yngre kvinnliga fokusgruppen betonade vikten av att känna sig pigg och stark. Många ”gick på sin egen känsla” och menade att de mådde bättre när de handlade mejeriprodukter som är original, och om de kände sig bättre så var det även bättre för kroppen. En del av kvinnorna beskrev att de hade testat olika dieter både med låg fetthalt och hög fetthalt gällande mejeriprodukter och att de varje gång kommit fram till att de efter en eller två veckor mådde bäst med grön mjölk och vanlig yoghurt och därför återgått till det igen.

*”Efter tre veckor kände jag inga resultat och därför började jag äta precis som vanligt, fast kanske med lite mindre kolhydrater”* Kvinna 20-30 år

Majoriteten av männen menade att de kände sig för unga för att tänka på hur kroppen tog emot och påverkades av mat och dryck. Det enda de tänkte på ibland var vikten och att de inte



gick upp i vikt. Däremot menade en man att han tänkte på hur han behandlade sin kropp och åt en del mat för att han visste att den var hälsosam för kroppen.

*”Det finns cancer i min släkt och i och med att jag börjar bli lite äldre tänker jag på att äta sånt som sägs vara bra mot det.”* Man 25-35 år

### **Drycker**

Kvinnorna i den äldre fokusgruppen var emot lightprodukter då de trodde att sötningsmedel skadade kroppen. Ingen av kvinnorna kunde dock komma på ett exempel på hur det skulle kunna skada kroppen. En av kvinnorna föredrog lightsaft när hon och hennes familj skulle fika. Hon menade att tänderna tog stor skada av sockret och av den anledningen ville hon dricka lightläsk.

Kvinnorna i den yngre fokusgruppen tänkte inte mycket på sjukdomar som de kunde drabbas av beroende på vad de drack. Däremot tänkte de på hur deras kropp reagerade direkt efter att de hade druckit och om de blev tillfredställda av drickan. De fokuserade mycket på både det fysiska och det mentala och ansåg att det var viktigt att bedöma helheten. De pratade mycket om att tillfredsställa suget som de kunde få då och då och de kände att det tillfredställdes mer genom originalprodukter.

*”Jag brukar tänka på hur jag och mina känslor mår när jag äter det ena eller det andra, vilket gör att jag mår bäst med mig själv”* Kvinna 20-30 år

Den manliga fokusgruppen tänkte inte heller på sjukdomar som de kunde drabbas av på grund av för mycket sötningsmedel eller vanligt socker i kroppen. Däremot kände de efter en hel helg med bara läsk och lite vatten, att de inte mådde så bra, varken i magen eller i huvudet.

### **5.6 Media**

En del kvinnor i den äldre gruppen trodde att de blev mer påverkade av media än vad de var medvetna om. Andra hävdade att de inte blev särskilt påverkade. De läste, lyssnade och tittade ibland på olika reportage men tog inte åt sig. En del kvinnor köpte en del hälsotidningar, men det var främst för att få inspiration till nyttiga recept. De menade att det kunde vara kul att läsa tidningar men att de egentligen visste att de skulle äta nyttigare och träna mer.

*”Man vet ju vad man ska göra, det är ju bara det att man ska göra det också”* Kvinna 40-50 år

Kvinnorna i den yngre fokusgruppen var överens om att de inte tog åt sig av medias uppmaningar om att minska i vikt, bli hälsosammare och leva länge. De trodde dock att de ibland tog åt sig omedvetet, vilket kunde bero på dålig självkänsla eller dåligt självförtroende. Många menade också att det var roligt och intressant att läsa hälsotidningar och köpte det ibland som kvällslektyr.

### **Mejeriprodukter**

Kvinnorna i den äldre fokusgruppen beskrev att media inte har påverkat dem nämnvärt beträffande val av mejeriprodukt. De upplevde inte att det står mycket i media om just vilken typ av mejeriprodukt som är nyttig, farlig eller ohälsosam.

Precis som de äldre kvinnorna, menade de yngre att de inte tog åt sig av vad media kommunicerade om mejeriprodukter. Det fanns dock ett undantag, och det var smör. Kvinnorna menade nämligen att det hade varit mycket debatter och information från media om vilka typer av fetter det var i smör och vilka som var nyttigast. Denna debatt hade flera av dem följt och en hade även bytt typ av smör efter att en hälsocoach rekommenderade det i ett program.

*”Anna Skipper lät endast Bregott vara kvar i kylskåpet, så då har jag börjat köpa det också”* Kvinna 20-30 år

Männen i undersökningen ansåg inte att de blev påverkade av media. De varken läste hälsotidningar eller såg på tv-program som handlade om mat och hälsa. Av den anledningen menade de att deras val och beslut om lightprodukter vad gäller mejeriprodukter inte alls berodde på media.

*”Även om jag inte har något annat att göra så tittar jag hellre på motorsportsprogram än på bantarprogram”* Man 25-35 år

### **Drycker**

Enligt kvinnorna i den äldre fokusgruppen hade det varit mycket prat och diskussioner i media om sötningsmedel som finns i drycker. En av kvinnorna förklarade hur hon hade läst en

artikel i en dagstidning om hur ny forskning visade att sötningsmedel kunde orsaka olika sjukdomar. Sedan dess hade hon svårt att dricka lightläsk. Andra kvinnor i samma fokusgrupp höll med och lät inte sina barn dricka det då vissa sötningsmedel var olagliga i vissa länder och av den anledningen kunde de inte vara hälsosamma, resonerade de.

*”Man har blivit så gammal och sett alla dessa viktminskningsdieter, så jag har lärt mig att inte ens bry mig”* Kvinna 40-50 år

Den yngre kvinnliga fokusgruppen var överens om att de hade blivit påverkade av debatten om sötningsmedel och huruvida det var farligt eller inte. Vidare tyckte de om att läsa om det och försökte själva ta reda på vad effekterna av sötningsmedel var.

Den manliga fokusgruppen hade inte tagit del av den debatten som funnits i media kring sötningsmedel. De berättade att de visste att Coca Cola hade lanserat Coca Cola Zero för att lightläsk skulle upplevas mer manligt då Coca Cola light upplevdes enligt många som en feminin dryck.

*”Det var väl så att Coca Cola lanserade zero till män, men att det egentligen innehåller exakt samma som light”* Man 25-35 år

### **Sammanfattning**

Samtliga respondenter föredrar originalprodukter framför lightprodukter när de ska handla mejeriprodukter och drycker. Det fanns dock enstaka undantag, exempelvis föredrog en del att handla fun light saft istället för saft original. Anledningen till att samtliga respondenter valde originalprodukter var för att de ansåg att de produkterna smakade bättre, både i smak och konsistens.

## **6. Diskussion**

Följande text diskuterar resultatet av uppsatsens frågeställning. Därefter analyseras metoden och slutligen ges förslag på vidare forskning.

### **6.1 Resultatdiskussion**

Uppsatsens syfte var att ta reda på om människor väljer lightprodukter eller originalprodukter avseende mejeriprodukter och drycker. Vidare var syftet att ta reda på deras motiv till sina

respektive val. Samtliga respondenter i undersökningen valde originalprodukter, med få undantag av vissa produkter på grund av smaken.

### **Media**

Samtliga respondenter avstod från lightprodukter om det var möjligt, eftersom det enligt dem kunde orsaka sjukdomar. Den främsta och mest intressanta reflektionen är att ingen av de studier och undersökningar som har presenterats i tidigare avsnitt, bekräftar medias debatt om att sötningsmedel kan öka risken för sjukdomar. Den forskning som presenteras i bakgrunden och som är kritisk mot sötningsmedel visar endast att människor kan öka i vikt om de väljer lightprodukter (Bellisle et al, 2001, Swithers & Davidsson, 2008, Niclas et al, 1992, SLV 7). Många av respondenterna hade via media lärt sig att sötningsmedel inte är bra för kroppen och att det kan orsaka sjukdomar. Deras kunskap på området samt deras kritiska synsätt måste därmed ifrågasättas.

Det är möjligt att fenomenet sötningsmedel är så nytt i samhället att det inte har varit praktiskt möjligt tidsmässigt att följa människor som äter lightprodukter dagligen för att se om de drabbas av sjukdomar på grund av sin konsumtion. Ett annat alternativ till oron för att lightprodukter skulle öka risken för sjukdomar, är att media har förstorat debatten om sötningsmedel.

Samtliga kvinnliga respondenter beskriver hur de på olika vis har blivit påverkade av media när de väljer vilken dryck de ska handla. Om det är så att media har vinklat eller förstorat debatten, är det mycket allvarligt att deltagarna baserar sina attityder om lightprodukter på falska grunder.

### **Matvanor**

Enligt FHI (Statens folkhälsoinstitut) äter 50 % av Sveriges vuxna befolkning för mycket vanligt socker (FHI 2). Det är svårt att avgöra om de får i sig för mycket socker beroende på vad de dricker eller om det beror på andra matvaror. Enligt studiens resultat dricker samtliga respondenter originalprodukter som innehåller vanligt socker, och därmed är det möjligt att se en koppling mellan statistiken och uppsatsens resultat. Flertalet respondenter i de två kvinnliga fokusgrupperna nämner nämligen att de är medvetna om socker och är försiktiga att de inte blir sockerberoende. Även om de är försiktiga upplever de dock emellanåt att de inte klarar av att stå emot suget som kommer, trots att de äter originalprodukter. Det är därmed

möjligt att konstatera att risk för sötsug finns även om personen äter originalprodukter. Detta är dock tvärtemot vad Erlansson-Albertsson (2007) beskriver i sin studie.

Hinson et al (1992) redovisar att upp emot 70 % av befolkningen väljer lightprodukter. Det överrensstämmer inte med studiens resultat där samtliga respondenter väljer originalprodukter. En förklaring till de två spridda resultaten kan bero på att den ena studien gjordes 1992 och denna studie gjordes 2011. Populariteten hos lightprodukter har varierat genom åren och för 19 årsedan var lightprodukter med populära än vad de är nu.

### **Kunskap om mejeriprodukter och drycker**

Flera av respondenterna var osäkra på vad olika begrepp och förklaringar på olika förpackningar betydde. Detta gjorde att de ibland drack och åt sämre än vad de önskade utan att vara medvetna om det. För att få kallas lightprodukt ska minst 30 % av det ursprungliga sockerinnehållet vara reducerat. Problemet med denna regel är att olika lightprodukter innehåller olika stor mängd vanligt socker. För en konsument som inte besitter kunskap om just detta och som, i likhet med många andra, har svårt att förstå innehållsförteckningen är det inte bra att ett och samma begrepp kan betyda olika saker (SLV 3).

Samtidigt som det är väsentligt att ett begrepp endast ska få innebära en sak för att inte lura konsumenterna, är det lika väsentligt att konsumenterna själva tar initiativ till att inhämta mer kunskap om olika benämningar. Precis som respondenterna beskrev, prioriterade de inte att ta reda på mer själva. Detta är ett stort problem då människan vanligtvis äter 3-6 gånger per dag, och trots det är det många som inte har någon aning om vad de fyller sin egen kropp med. Ett slående exempel utgörs av männen som visade att de totalt saknade kunskap om begreppet kalorier.

### **Njutning och viktninskning**

Enligt Erlansson-Albertsson (2007) har konsumenter av lightprodukter ofta svårt att känna sig mätta och tillfredsställda. Detta kan då resultera i att man äter mer för att bli nöjd efter måltiden. Detta i sin tur resulterar i större mängd mat, utvidgad magsäck och fler kalorier per måltid, vilket till slut kan resultera i viktuppgång. Med detta i åtanke kan det därmed vara en fördel att inte äta lightprodukter. Å andra sidan var det flera av kvinnorna som hade önskat och fortfarande önskade att gå ner i vikt utan att lyckas, och de åt ju originalprodukter. En av deltagarna beskrev att när hon deltagit i viktväktarna, åt hon lightprodukter och hade lyckats

gå ner i vikt då hon klarade av att stå emot att äta mer. Hon tyckte dessutom inte heller att det var särskilt jobbigt då hon tillfredsställde sitt sug med sötningsmedel. Detta överensstämmer med Varady et al (2011) som visar att den gruppen som valde lightprodukter hade minskat midjemåttet mer samt minskat fettmassan på kroppen. Det är därmed möjligt att dra slutsatsen att oavsett om en människa äter lightprodukter eller originalprodukter, är det individuellt vad som fungerar bäst för en önskad viktnedgång.

### **Kroppen**

Enligt Nicklas et al studie (1992) visade resultatet att barn som åt mejeriprodukter med minskad mängd fett, istället åt mer kolhydrater och socker. Detta överensstämmer med Erlandsson-Albertssons resultat (2007) samt med respondenterna som menade att de åt mindre mat när de åt originalprodukter. Respondenternas beteende stämmer dock inte med World Cancer Research Fund som rekommenderar att människan ska äta kost med minskad andel fett. De resonerar att om människan ökar intaget av fett ökas intaget av kalorier som i sin tur riskerar att innebära en ohälsosam viktuppgång. En ohälsosam viktuppgång kan resultera i olika cancersjukdomar.

Mcdougall et al (2002) visade att det är en fördel att äta produkter med mindre fett då patienternas symtom på ledgångsreumatism blev mindre uttalade. En studie av Li et al (2008) visade att män som åt lightprodukter med minskad andel fett i reducerade risken att drabbas av prostatacancer. Det är oklart om respondenterna riskerar att drabbas av någon av dessa sjukdomar om de skulle konsumera lightprodukter, det är dock väsentligt att klargöra att resultatet av de nämnda studierna påverkats av hur mycket fett deltagarna åt samt fettkvalitén. I den aktuella uppsatsen undersöktes varken deltagarnas dagliga mängd fett eller vilken typ av fett det var. Med ovanstående i åtanke, innebär det att risken för respondenterna att drabbas av sjukdomarna inte är möjlig att bedöma.

Slutligen visar Mcdougall et al (2002) att lightprodukter minimerade symptomen för människor som led av ledgångsreumatism. Även Li et al (2008) visade i sin studie att lightprodukter minimerade risken att drabbas av prostatacancer. Även om en rad andra studier (Nicklas et al 1992, SLV 7, Bellisle et al 2001, Swithers & Davidsson 2008) tyder på att lightprodukter ökar risken att gå upp i vikt är det väsentligt att göra en avvägning om vilket som bör prioriteras – att gå upp i vikt eller drabbas av sjukdom eller sjukdomssymptom. Det

ska därför slutligen uppmärksammas att trots att originalprodukter är naturliga finns det risker med dem.

## **6.2 Metoddiskussion**

En begränsning i metodvalet kan vara valet att göra fokusgruppsintervjuer. Fokusgruppsintervjuer kan ibland resultera i att respondenterna inte känner sig tillräckligt avslappnade och därmed inte berättar hela sanningen om sina kostval och matvanor. Detta är dock en begränsning som är svår att bedöma hur mycket den påverkade resultatet. En del respondenter beskrev dock både tidigare ätstörningar, utbrändhet, gastricbypassoperationer och bukplastikoperationer. Denna öppenhet kring privata faser i livet anser författaren ökar sannolikheten att de var ärliga i sina svar (Jacobsen, 1993). Slutligen bör beskrivas att trots att vissa respondenter hade erfarenhet av olika sjukdomar som kunde påverka resultatet anses dessa som representativa då flera av dem är samhällssjukdomar.

En annan begränsning var antalet respondenter. Det var planerat att varje fokusgrupp skulle innehålla sex respondenter. Det blev dock två bortfall i fokusgruppen män vilket gjorde att den endast innehöll fyra respondenter. Detta var dock ingen begränsning i valet av metod utan istället i utförandet och i den praktiska planeringen.

Reliabiliteten i denna studie bedöms som hög. Anledningen till detta är att samtliga respondenter svarade näst intill likadant. Det förefaller inte troligt att 16 personer – som inte har någon anknytning till varandra – svarar likadant och att just dessa skulle väljas till denna studie. Denna höga trovärdighet gäller både att de flesta föredrog originalprodukter istället för lightprodukter samt att de flesta valde dessa främst för att det smakade bättre. För att reliabiliteten skulle bli ännu högre, vore det nödvändigt med fler manliga deltagare för att kunna göra en jämförelse mellan män och kvinnor (Ekengren & Hinnfors, 2006).

Validiteten i denna uppsats bedöms som hög då resultatet besvarar vad uppsatsen avser att undersöka. Författaren försäkrade sig om under intervjuerna att samtliga deltagare deltog aktivt i samtalen samt att samtliga deltagare besvarade frågorna utförligt. Det finns dock en viss risk, som nämnts tidigare, att deltagarna inte är ärliga när de intervjuas i grupp då de inte är tillräckligt bekväma tillsammans med människor de inte känner.

### **Tidigare forskning**

Det finns inte någon tidigare forskning som har undersökt just den frågeställning som denna uppsats undersöker. Däremot har Hinson et al (1992) visat att 70 % av befolkningen väljer lightprodukter. Författaren har sökt efter forskning som visar på människors attityder till lightprodukter och originalprodukter, någon sådan har dock inte hittats som är relevant för studiens syfte.

Tidigare forskning är inte enig om vad människor företrädesvis bör äta och dricka. Debatten mellan olika forskare – som media gärna förstorar – har pågått en lång tid då nya rön visar att människokroppen påverkas av ett flertal faktorer. Denna oenighet resulterar troligtvis i att respondenterna i denna uppsats är tveksamma till vad det egentligen är som är ohälsosamt med lightprodukter.

### **Slutsats**

Majoriteten av respondenterna valde originalprodukter när de skulle handla mejeriprodukter och drycker. Den främsta anledningen till detta val var för att de ansåg att det smakade godare och hade en bättre konsistens. Förutom den åsikten var de flesta överens om att de genom media hade fått uppfattningen att lightprodukter inte var hälsosamt för människan. Ingen av respondenterna kunde dock klargöra eller beskriva vad det skulle vara som inte var hälsosamt. En möjlig slutsats av resultatet är att människan lätt blir påverkad av media och debatten som råder i samhället. Denna påverkan var både medveten och omedveten enligt respondenterna och hade ett stort inflytande på de kvinnliga respondenternas val och attityder. Vidare var det tydligt att de alla ansåg det viktigast att få njuta av vad de äter och dricker. En slutsats som är möjlig att dra av detta är att kroppens och hjärnans begär är starka och att det är viktigt att tillfredställa båda önskemålen.

### **Förslag till vidare forskning**

För att uppsatsen skulle bli än mer intressant vore det relevant att undersöka vad respondenterna hade för BMI, sjukdomshistoria och hur ofta de tränade. Det skulle undersökas om de väljer lightvarianten eller originalvarianten gällande andra livsmedel också. Uppsatsen skulle därmed syfta till att undersöka vilken metod som passar olika människor bäst.



Vidare vore det intressant att göra en liknande studie med fler män för att på det viset kunna jämföra män och kvinnor och då ha dessa två grupper i samma ålder. Om så vore fallet, skulle det ha varit givande att mer utförligt ta reda på hur deras föräldrars syn på kost och matvanor har påverkat dem, både positivt och negativt samt hur deras relation till mat har förändrats genom åren.

Ytterligare en intressant studie skulle vara att ta reda på hur respondenternas tandhälsa utifrån att de enbart dricker originalläsk. Det vore till exempel givande att veta hur många hål i tänderna de haft i sitt liv. För att en sådan studie ska vara trovärdig, är det även väsentligt att ta reda på mer om deras tandhistoria för att i resultatet klargöra om originalprodukter eller lightprodukter är bäst för deras tänder och munnens hälsa.

## 7. Referenser

### Litteratur

Bellisle, F., Altenburg de Assis, M., Fieux, B., Preziosi, P., Galan, P., Guy-Grand, B., & Hercberg, S. (2001). Use of 'light' foods and drinks in French adults: biological, anthropometric and nutritional correlates. *Journal of Human Nutrition & Dietetics*, 14(3), 191-206. doi:10.1046/j.1365-277X.2001.00289.x.

Carlsson, B. (1996[1991]). *Kvalitativa forskningsmetoder för medicin och beteendevetenskap*. (1. uppl.) Stockholm: Liber/Almqvist & Wiksell medicin.

Ekeningren, A. & Hinnfors, J. (2006). *Uppsatshandbok: hur du lyckas med din uppsats*. (1. uppl.) Lund: Studentlitteratur.

Erlansson-Albertsson, C. (2007). *Hunger och mättnad*. Lund: Studentlitteratur.

Foster, G. D., Wyatt, H. R., Hill, J. O., Makris, A. P., Rosenbaum, D. L., Brill, C., & ... Klein, S. (2010). Weight and Metabolic Outcomes After 2 Years on a Low-Carbohydrate Versus Low-Fat Diet. *Annals of Internal Medicine*, 153(3), 147-W.55. Retrieved from EBSCOhost.

Gillham, B. (2008). *Forskningsintervjun: tekniker och genomförande*. (1. uppl.) Lund: Studentlitteratur.

Hinson AL, Nicol WM. Monitoring sweetener consumption in Great Britain. *Food Addit Contam* 1992;9:669-81.

Hvoslef, K. (2003). *Mat för henne*. Danmark: Fitnessförlaget.

Krag Jacobsen, J. (1993). *Intervju: konsten att lyssna och fråga*. Lund: Studentlitteratur.

Li, Z. Z., Aronson, W. J., Arteaga, J. R., Hong, K. K., Thames, G. G., Henning, S. M., & ... Heber, D. D. (2008). Feasibility of a low-fat/high-fiber diet intervention with soy supplementation in prostate cancer patients after prostatectomy. *European Journal of Clinical Nutrition*, 62(4), 526-536. doi:10.1038/sj.ejcn.1602743

May, T (2001). *Samhällsvetenskaplig forskning*. Lund: Studentlitteratur.

McDougall, J., Bruce, B., Spiller, G., Westerdahl, J., & McDougall, M. (2002). Effects of a Very Low-Fat, Vegan Diet in Subjects with Rheumatoid Arthritis. *Journal of Alternative & Complementary Medicine*, 8(1), 71-75. doi:10.1089/107555302753507195.

Nicklas, T. A., Webber, L. S., Koschak, M., & Berenson, G. S. (1992). Nutrient Adequacy of Low Fat Intakes for Children: The Bogalusa Heart Study. *Pediatrics*, 89(2), 221. Retrieved from EBSCOhost.

Olsson, H. & Sörensen, S. (2007). *Forskningsprocessen: kvalitativa och kvantitativa perspektiv*. (2. uppl.) Stockholm: Liber.

Rosell, M, Håkansson, N, N, Wolk, A. (2006). Association between dairy food consumption and weight change over 9 y in 19 352 perimenopausal women1–3. *Am J Clin Nutr* December 2006 vol. 84 no. 6 1481-1488

Swithers SE & Davidson TL (2008). A role for sweet taste: calorie predictive relations in energy regulation by rats. *Behavioural Neuroscience*, 122 (1): 161-173.

Trost, J. (2005). *Kvalitativa intervjuer*. (3. uppl.) Lund: Studentlitteratur.

Varady, K. A., Bhutani, S., Klempel, M. C., & Phillips, S. A. (2011). Improvements in vascular health by a low-fat diet, but not a high-fat diet, are mediated by changes in adipocyte biology. *Nutrition Journal*, 10(1), 1-9. doi:10.1186/1475-2891-10.

Vetenskapsrådet (2002). *Forskningsetiska principer inom humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning*. Stockholm: Vetenskapsrådet.

## Webbaserade källor

Arla 2011. Hämtad 2011-05-04 23.59  
[http://www.arla.se/Default\\_17767.aspx?SelectedMenuItem=17283](http://www.arla.se/Default_17767.aspx?SelectedMenuItem=17283)

FHI 1. Hämtad 09:14 2011-05-02 14.36  
<http://www.fhi.se/Metoder/Halsoframjande-och-forebyggande-metoder/Motiverande-samtal/Kost-och-fysisk-aktivitet/Kost-och-viktreducering/>

FHI 2. Hämtad 2011-04-20 10.13  
<http://www.fhi.se/Documents/Om-oss/redovisade-uppdrag/2005/handlingsplan-mat-fys-2005.pdf>

SLV 1. Hämtad 2011-05-01 13.01

[http://www.slv.se/upload/dokument/rapporter/mat\\_naring/uppdrag\\_underlag\\_05/halsoinforma tion\\_om\\_mat\\_i\\_sverige.pdf](http://www.slv.se/upload/dokument/rapporter/mat_naring/uppdrag_underlag_05/halsoinforma tion_om_mat_i_sverige.pdf)

SLV 2. Hämtad 2011-05-03 10.13

<http://www.slv.se/sv/grupp1/Markning-av-mat/Tillsatser-i-mat/E-nummernyckeln--- godkanda-tillsatser/Sotningsmedel-i-stallet-for-socker/>

SLV 3. Hämtad 2011-04-21 18.02

<http://www.slv.se/sv/Fragor--svar/Fragor-och-svar/Markning-av-livsmedel/Far-en-produkt- markas-med-begreppet-mager-latt-light-eller-lattsocgrad-och-vad-innebar-det/>

SLV 4. Hämtad 2011-05-05 00.23

<http://www.slv.se/sv/grupp1/Mat-och-naring/Mat-i-forskola-och-skola/Lattmjolk- ochlattmargarin/#mjolk>

SLV 5. Hämtad 2011-05-01. 17.20

<http://www.slv.se/sv/grupp1/Mat-och-naring/Svenska-narings-rekommendationer/Kalorier- kilojoule-och-energi procent--hur-raknar-man/>

SLV 6. Hämtad 2011-04-29 15.39

<http://www.slv.se/sv/grupp1/Mat-och-naring/Maten-och-var-halsa/Hogt-blodtryck-/>

Västerbottens läns landsting, VLL, (2011). Hämtad 2011-05-05 01.19

<http://www.vll.se/default.aspx?id=37290&refid=37291>

WCRF, (2011). Hämtad 2011-05-05 13.28

<http://www.dietandcancerreport.org/?p=recommendations>

# **Bilaga 1**

## **Frågor**

### **Del 1 – Lightprodukter som innehåller mindre fett**

1. Väljer ni att handla mejeriprodukter med minskad andel fett? Motivering!  
-Gäller det alla mejeriprodukter eller bara vissa? Motivering!
2. Vilken typ av kunskap baserar ni ert beslut på?
3. Var har ni införskaffat denna kunskap?
4. Hur länge har du handlat hem och ätit det ena eller det andra? Motivering!
5. Har media påverkat ert beslut på något vis?
6. Vad vet ni om mejeriprodukter som innehåller mindre andel fett vad gäller vitaminer, mineraler, kalorier, typ av fett, konsistens, njutning?
7. Vilket är ert främsta syfte till att ni äter det ena eller det andra?  
Ex:  
viktninskning  
sjukdomar  
njutning  
viktuppgång

### **Del 2 – Lightprodukter som innehåller mindre socker**

8. Väljer ni att handla drycker med minskad andel socker? Motivering!
9. Vilken typ av kunskap baserar ni ert beslut på?
10. Var har ni införskaffat denna kunskap?
11. Hur länge har du handlat hem och ätit det ena eller det andra? Motivering?
12. Har media påverkat ert beslut på något vis?
13. Vad vet ni om sötningsmedel och produkter med minskad andel vanligt socker?
14. Vilket är ert främsta syfte till att ni äter det ena eller det andra?  
Ex:  
Viktninskning  
Sjukdomar  
Njutning  
Viktuppgång

## Bilaga 2

Hej!

Jag heter Malin Johansson och läser det hälsopedagogiska programmet på Högskolan i Gävle. Jag ska nu skriva min C-uppsats om lightprodukter och om människor väljer att äta lightprodukter eller originalprodukter. Mitt syfte är även att ta reda på varför människor väljer det ena eller det andra.

Jag kontaktar därför dig då jag är intresserad av att du ska delta i en gruppdiskussion om hur dina matvanor ser ut. Jag önskar att ta reda på om du väljer lightprodukter eller originalprodukter när det gäller mejeriprodukter och drycker samt vilka motiv du har för dina respektive val.

Diskussionen kommer att genomföras i fokusgrupper med sex personer i varje grupp. Då det är en fokusgruppsintervju kan jag inte lova att du blir helt anonym, jag kommer dock be samtliga deltagare att inte samtala om vad som har sagts under intervjun med någon annan. Alla som intervjuas väljer själv om de vill besvara samtliga frågorna samt i vilken utsträckning de vill delta i samtalet. Gruppdiskussionen kommer även att behandlas konfidentiellt vilket innebär att ingen annan än jag och de som deltar under intervjun kommer att veta att du deltar och i uppsatsen kommer samtliga deltagare att vara helt anonyma.

Min önskan är att använda bandspelare för att på bästa vis kunna återskapa vad samtliga deltagare har sagt under samtalet. När jag har transkriberat inspelningen kommer den att förstöras. Det är helt frivilligt att delta och alla som väljer att delta kan avbryta sitt deltagande när som helst om så önskas.

Jag hoppas att du vill delta i min intervju och om du har fler frågor kan du antingen kontakta mig eller min handledare. Svara gärna på detta mail om du önskar att delta i min studie.

Tack för din uppmärksamhet!

Vänligen,  
Malin Johansson  
Tel:  
Mail:

Handledare  
Gisela van der Ster  
Tel:  
Mail: