

Maten genom 14-åringars ögon: omgivna av mat, godis och snacks



Så sammanfattar Livsmedelsverket en ny studie.

14-åringar exponeras för mat och reklam för mat överallt, både i den fysiska och digitala omgivningen. De har samtidigt både egna pengar och stor frihet att köpa mat, fika och snacks.

Det visar en ny kvalitativ studie där Livsmedelsverket låtit 14 åringar berätta om sin vardag och ta bilder av sin mat.

36 stycken 14-åringar har intervjuats och fotograferat sin vardag med fokus på mat. Resultatet ger en aktuell inblick i deras vardag och en djupare förståelse för vad 14-åringar äter, hur deras matvanor ser ut och varför de äter som de gör. Allt runt om oss som påverkar vad och hur vi äter kallas matmiljö, konstaterar Livsmedelsverket i en pressrelease.

Unga möter reklam

I dag finns mat, och reklam för mat överallt där 14 åringarna rör sig. Hemma, i skolan, på väg till och från skolan, i matbutiker, på caféer och restauranger och i samband med fritidsaktiviteter.

De möts även av köperbudanden, trender och inspiration via mobilen, som är en självklar del av 14-åringarnas liv. Den digitala matmiljön är gemensam för alla oavsett socioekonomisk bakgrund eller bostadsort, konstaterar verket.

”Ungdomarna beskriver själva att de påverkas av reklam för godis, läsk och snacks och gärna tar del av erbjudanden både digitalt, i butik och utomhus. De vet vad som är hälsosamt att äta, men det är svårt att stå emot erbjudanden”, menar **Karin Fritz**, projektledare och dietist på Livsmedelsverket.

Så vad visade undersökningen?

Ungdomarnas berättelser tillsammans med deras foton visar att det ofta är snacks, godis, bakverk, läsk och snabbmat som står på menyn.

Frukt och grönt utgör en liten del. Alla 14-åringar i undersökningen hade också egna pengar. Att handla, fika och äta tillsammans med kompisar är en viktig del av deras sociala liv, sammanfattar studien.

”Den här undersökningen har gett oss en mer aktuell och nyanserad bild av hur 14-åringarnas vardag ser ut, när det kommer till mat. Deras foton och berättelser, tillsammans med kunskap vi har sedan tidigare, bekräftar att många inte äter hälsosamt. Det är inte heller så lätt att äta hälsosamt i dagens samhälle. Men ungdomarna kan inte själva förändra sin matmiljö, det måste göras av de aktörer som kan påverka matmiljön”, understryker Karin Fritz.



Quiz – fem frågor: Mat genom 14-åringars ögon

1. Vad var syftet med Livsmedelsverkets studie?

- A) Att mäta hur mycket pengar 14-åringar lägger på mat
 - B) Att undersöka hur reklam påverkar vuxnas matvanor
 - C) Att få en djupare förståelse för 14-åringars matvanor och varför de äter som de gör
 - D) Att jämföra skillnader mellan stad och landsbygd
-

2. Hur många 14-åringar deltog i studien?

- A) 14
 - B) 24
 - C) 30
 - D) 36
-

3. Vad menas med begreppet *matmiljö* enligt texten?

- A) Den mat som serveras i skolan
 - B) Allt runt omkring oss som påverkar vad och hur vi äter
 - C) Endast reklam i sociala medier
 - D) Var maten produceras
-

4. Vilken typ av mat visade sig vara vanligast i 14-åringarnas vardag?

- A) Husmanskost och hemlagad mat
 - B) Fukt, grönsaker och fullkornsprodukter
 - C) Snacks, godis, läsk, bakverk och snabbmat
 - D) Vegetarisk mat
-

5. Enligt studien, varför är det svårt för 14-åringar att äta hälsosamt?

- A) De saknar kunskap om vad som är nyttigt
- B) De har inte råd med hälsosam mat
- C) De påverkas starkt av reklam och sin omgivning
- D) De är inte intresserade av mat

Samtalsfrågor om Mat genom 14-åringars ögon

1. På vilka sätt möter 14-åringar reklam för mat i sin vardag?

Ge exempel från både den digitala och fysiska miljön.

2. Varför tror ni att snacks, godis och snabbmat är så vanligt bland unga?

Handlar det om pris, tillgänglighet, sociala sammanhang eller något annat?

3. Studien visar att ungdomar vet vad som är hälsosamt men ändå väljer ohälsosam mat.

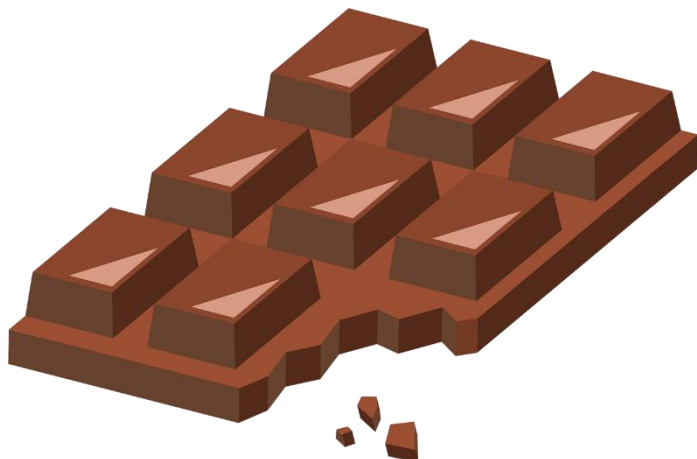
Varför räcker inte kunskap alltid för att ändra beteenden?

4. Vilken roll spelar kompisar och socialt umgänge för vad och hur man äter?

Påverkas man mer av vänner än av reklam?

5. Karin Fritz menar att ungdomar inte själva kan förändra sin matmiljö.

Vilka aktörer tycker ni borde ta ansvar (skola, företag, politiker, föräldrar)? Hur?



Quiz - Facit

1. **C**
2. **D**
3. **B**
4. **C**
5. **C**

Läs mer

[Maten genom 14-åringars ögon: omgivna av mat, godis och snacks](#)