



Masteroppgave

Master i helsevitenskap; studieretning
Samfunns ernæring

Mai 2023

**Erfaringer med mattilbudet på idrettsarenaen blant
idrettsaktive ungdommer: En kvalitativ studie**

Kandidatnavn: Pauline Alise Leganger Wattenberg

Emnekode: MAVIT5900_1

Antall ord: 16 224

Fakultet for helsevitenskap

OSLO METROPOLITAN UNIVERSITY
STORBYUNIVERSITETET

FORORD

Mitt siste år som masterstudent ved OsloMet er nå snart over. Det har vært et lærerikt og spennende år med mye selvstendig arbeid. Det har vært lange, og til tider krevende, dager med oppgaveskriving. Jeg har lært mye og utviklet meg faglig i løpet av hele prosessen, og jeg ville ikke vært foruten denne erfaringen. Det har vært spennende å utforske et tema det finnes lite forskning om, og det har vært gøy å samle inn eget datamateriale med ungdom som målgruppe. Jeg synes temaet mat på idrettsarenaen er et viktig tema å belyse, da dette er en viktig sosial arena som mange barn og ungdommer er en del av i dagliglivet.

Jeg vil rette en stor takk til min hovedveileder, professor Lisa Garnweidner-Holme og biveileder, førsteamanuensis Mari Myhrstad ved OsloMet for all veiledning og raske tilbakemeldinger og svar på e-post. Videre vil jeg takke biveileder, førsteamanuensis Therese Fostervold Mathisen ved Høgskolen i Østfold for tilbakemeldinger på oppgavens resultater. Jeg vil også takke trenere og foreldre som gjorde det mulig for ungdommene å delta i fokusgruppeintervjuer, og som har bidratt til å gjøre masteroppgaven mulig å gjennomføre. Til slutt vil jeg takke venner, familie og kjæreste som har støttet meg gjennom hele prosessen.

Oslo, mai 2023

Pauline Alise Leganger Wattenberg

SAMMENDRAG

Bakgrunn

Mattilbudet på idrettsarenaen kan ha stor betydning for kostholdet til idrettsaktive barn og ungdommer, da mange tilbringer mye tid her. Noen studier tyder på at det selges usunn mat på idrettsarenaen og at matomgivelsene ikke nødvendigvis er helsefremmende. Få studier har sett på hvordan ungdom opplever mattilbudet på idrettsarenaen. Hensikten med denne studien var å få mer kunnskap om hvordan idrettsaktive ungdommer opplever mattilbudet på idrettsarenaen, og hva som påvirker og bestemmer hva de spiser her.

Utvalg og metode

Det ble gjennomført fire fokusgruppeintervjuer med totalt 19 fotball- og håndballaktive ungdommer i alderen 11 til 14 år i område Oslo og Asker. Klubbene representerte ulike geografiske områder av Oslo og var ulik i størrelse. Intervjuene ble gjennomført mellom september og november 2022. Tematisk analyse ble brukt som metode for å analysere datamaterialet.

Resultater

Det varierte hvorvidt deltakerne var fornøyde med mattilbudet på idrettsarenaen eller ikke. Mange savnet et bredere tilbud av sunn mat som er lett å spise, smaker godt og er lett å fordøye i forbindelse med trening og kamp. Deltakerne fikk gjerne usunn mat som belønning av foreldrene eller selv, uavhengig av seier eller tap av kamper. Faktorer som påvirket hva deltakerne kjøpte i kiosken var pris, smak, opplevelse av sult, fristelser, sunnhet/helse og påvirkning fra lagspillere. Det var en oppfatning av at sunn mat tar lenger tid å lage, krever mer plass, er dyrere, og selger dårligere enn usunn mat. Deltakerne mente at klubbledelse, kioskansvarlig og cuparrangører er ansvarlig for at det er sunn mat tilgjengelig på idrettsarenaen, og at idrettsarenaen bør gå fram som et forbilde for sunne matvaner.

Konklusjon

Funnene i denne oppgaven kan tyde på at ungdom ønsker et sunnere mattilbud på idrettsarenaen. En måte å tilrettelegge for dette kan være nasjonale retningslinjer for mat på idrettsarenaen, og kunnskapsformidling til kioskansvarlige og andre frivillige som lager mat på idrettsarrangementer. Dette kan bidra til sunnere matomgivelser som kan støtte barn og ungdommer i å ta gode matvalg på idrettsarenaen, og som kan ha stor betydning for deres helse og matinntak.

ABSTRACT

Background

The food selection at the sports arena can have a great impact on the diet of sports active children and adolescents. Some studies indicate that unhealthy food is sold in the sports arena and that it is not necessarily a health promoting food environment. Few studies have explored how young people experience the food selection at the sports arena. The aim of this study was to gain more knowledge about how sports active adolescents experience the food selection at the sports arena, and the factors that influence their food choices.

Sample and method

Four focus group interviews were conducted with a total of 19 football and handball active adolescents between 11 and 14 years old in Oslo and Asker municipality. The clubs represented different geographical parts of Oslo and were different in size. The interviews were conducted between September to November 2022. Thematic analysis was used as the method for analyzing the data material.

Results

It varied whether the adolescents were satisfied with the food selection at the sports arena or not. Many wanted a wider variety of healthy foods that is easy to eat, tastes good and are easy to digest. The adolescents were often offered unhealthy food as a reward in relation to victory or loss of a match. Factors that influenced what the participants bought in the kiosk were price, taste, hunger, temptation, health, and the influence of other team players. There was a perception that healthy food takes longer time to prepare, requires more space, is more expensive, and sells less than unhealthy foods. The participants meant that the club management are responsible for having healthy food at the sports arena, and that the sports arena should be a role model for healthy eating.

Conclusion

The findings in this thesis may indicate that adolescents want a healthier food selection at the sports arena. Suggestions to measures could be national guidelines for food at the sports arena, and dissemination of knowledge to kiosk managers and other volunteers who cook at sports events. This can contribute to healthier food environments that can support children and adolescents in making good food choices at the sports arena, which can have a major impact on their health and food intake.

INNHOLDSFORTEGNELSE

FORORD	I
SAMMENDRAG	II
ABSTRACT	III
INNHOLDSFORTEGNELSE	IV
LISTE OVER TABELLER	VI
FORKORTELSER OG DEFINISJONER	VII
1 INNLEDNING	1
1.1 Hensikt og forskningsspørsmål.....	3
2 TEORETISK BAKGRUNN	3
2.1 Kosthold hos norske ungdommer.....	3
2.2 Ernæring i forbindelse med idrett og fysisk aktivitet.....	4
2.3 Manglende nasjonale retningslinjer for mat på idrettsarenaen.....	6
2.4 Faktorer som påvirker ungdommers kosthold og spisevaner.....	7
2.4.1 The Food Choice Process Model i et ungdoms perspektiv.....	8
3 METODE	11
3.1 Forskningsmetode.....	11
3.2 Utvalg og rekruttering.....	11
3.3 Forberedelser til intervju.....	12
3.3.1 Intervjuguide.....	12
3.3.2 Pilottesting av intervjuguide.....	13
3.4 Innsamling av data.....	13
3.4.1 Gjennomføring av intervjuene.....	13
3.4.2 Transkribering.....	13
3.4.3 Analyse.....	14
3.5 Forskningsetiske aspekter.....	16

4 RESULTATER	17
4.1 Bakgrunnsinformasjon om deltakere	17
4.2 Generelle holdninger til kosthold og ernæring	19
4.3 Erfaringer med mattilbudet på idrettsarenaen.....	20
4.4 Faktorer som påvirker hva som kjøpes i kiosken	21
4.5 Idrettsarenaen som mulig arena for å fremme sunne matvaner	24
4.6 Utfordringer med og eventuelle forslag til å få et bedre mattilbud på idrettsarenaen	25
5 DISKUSJON	26
5.1 Metodediskusjon.....	26
5.1.1 Forskningsmetode og gjennomføring av intervjuer	26
5.1.2 Utvalg og rekruttering	27
5.1.3 Forskerens rolle.....	28
5.1.4 Utvikling av intervjuguide	28
5.1.5 Analysemetode.....	29
5.1.6 Studiens reliabilitet og validitet	30
5.2 Resultatdiskusjon.....	32
5.2.1 Generelle holdninger til kosthold og ernæring	32
5.2.2 Erfaringer med mat på idrettsarenaen	35
5.2.3 Faktorer som påvirker hva som kjøpes i kiosken.....	36
5.2.4 Idrettsarenaen som mulig arena for å fremme sunne matvaner	38
5.2.5 Utfordringer med og eventuelle forslag til å få et bedre mattilbud på idrettsarenaen	39
6 KONKLUSJON	41
7 REFERANSELISTE	42
8 VEDLEGG	49
Vedlegg 1: Etisk godkjenning fra Norsk senter for forskningsdata (NSD)	49
Vedlegg 2: Mal for e-post til klubbledere	51

Vedlegg 3: Intervjuguide.....	53
Vedlegg 4: Informasjonsbrev med elektronisk samtykkeskjema til foreldre.....	55
Vedlegg 5: Informasjonsbrev til ungdom.....	59

LISTE OVER TABELLER

Tabell 1: Eksempel på utarbeidelse av koder, subtema og hovedtema.....	15
Tabell 2: Oversikt over fokusgrupper.....	17
Tabell 3: Oversikt over hovedtemaer og subtemaer.....	18

FORKORTELSER OG DEFINISJONER

FHI – Folkehelseinstituttet

KMI – Kroppsmasseindeks

NIF – Norges idrettsforbund

NSD – Norsk senter for forskningsdata

WHO – Verdens helseorganisasjon

Fedme – KMI med 30 kg/m² eller høyere

Matomgivelser – De fysiske, økonomiske, politiske og sosiokulturelle sammenhengene hvor mennesker interagerer med matsystemet når de tar valg som omhandler å anskaffe, tilberede og konsumere mat, og omfatter både fysiske og digitale/virtuelle omgivelser

Olympiatoppen – Avdeling for toppidrett i Norges idrettsforbund og olympiske og paralympiske komité

Overvekt – KMI mellom 25,0-29,9 kg/m

Ungdom – Personer mellom 10 og 19 år

1 INNLEDNING

Idrett er en stor del av del ungdommers liv. I følge en studie fra Ungdata er 75 prosent av all ungdom mellom 13 og 18 år er en del av et idrettslag i løpet av ungdomstiden, og nesten alle norske ungdommer har deltatt i organisert idrett i løpet av barndommen (Bakken, 2019).

Basert på medlemsantall er fotball og håndball blant de største idrettene i Norge (Thorsnæs & Sæle, 2022), hvor fotball har flest medlemmer med 370 000 aktive spillere i alderen 6-12 år (Norges Fotballforbund, u.å.). I 2020 var 272 429 aktive fotballspillere over 13 år (Pedersen & Holm, 2022). Håndball har 131 788 aktive spillere hvor to tredjedeler er under 17 år (Norges Håndballforbund, 2022). Idrettsarenaen når altså ut til svært mange barn og ungdommer, og har en stor mulighet til å fremme gode holdninger til mat og matvaner, og legge til rette for at utøvere og andre som bruker idrettsarenaen kan ta gode matvalg (Helsedirektoratet, 2019). Til tross for at så mange barn og unge deltar i idrett, er det gjort få studier som har undersøkt hvordan matomgivelsene på idrettsarenaen påvirker denne gruppens matvalg. I en ny rapport fra Folkehelseinstituttet (FHI) definerer de matomgivelser som følgende:

«Matomgivelser er de fysiske, økonomiske, politiske og sosiokulturelle sammenhengene hvor mennesker interagerer med matsystemet når de tar valg som omhandler å anskaffe, tilberede og konsumere mat, og omfatter både fysiske og digitale/virtuelle omgivelser» (Maria Uldahl & Liv Elin Torheim, 2023, s. 20).

I denne oppgaven vil begrepet matomgivelser referere til mat og drikke som selges i kiosken på idrettsarenaer og på idrettsarrangementer som for eksempel cup.

Studier som har undersøkt hva slags type mat som finnes i kiosken på idrettsarenaen, viser at maten ofte er energitett, næringsfattig og ikke i tråd med kostholdsanbefalinger (Kelly et al., 2008; Naylor et al., 2010; Westberg et al., 2021). En oversiktsstudie som inkluderte 45 studier, hovedsakelig fra Australia, New Zealand, USA, Canada, Belgia og Nederland, fant at det var begrenset tilgjengelighet av sunne matalternativer på idrettsarenaen, og det dette bidro til at folk tok usunne matvalg her (Westberg et al., 2021). De fant at leverandører av usunn mat og drikke ofte sponser idrettsarrangementer, og at dette bidrar til normalisering av usunn mat og drikke i forbindelse med idrett og fysisk aktivitet. Promotering av denne type mat fikk barn og unge til å assosiere usunn mat og drikke med idrett (Westberg et al., 2021). Videre fant de at idrettsarenaer ikke aktivt fremmer sunne alternativer, og at helsefremmende tiltak har hatt begrenset effekt (Westberg et al., 2021).

En kvantitativ studie fra 2022 som kartla hva som selges av mat på norske idrettsarenaer, viste at det i hovedsak tilbys mindre sunn mat og drikke som bakevarer, brus, snacks og bearbejdede kjøttprodukter, og at få kiosker tilbyr frukt, grønnsaker og brød (Max & Frivold, 2022). I en kvalitativ studie fra 2021 hvor foreldre, kioskansvarlige og trenere ble intervjuet, ble mattilbudet beskrevet som usunt, hvor eksempelvis matvarer som vafler, kaker, sjokolade, toast av hvitt brød og pølser ble solgt (Garnweidner-Holme et al., 2021). Sistnevnte studie undersøkte foreldres og klubbledelses erfaringer med fasiliteter og barrierer knyttet til et sunnere mattilbud på idrettsarenaen. De fant at kortere holdbarhet på sunne matvarer, og følgende matavfall og tap av fortjeneste, ble sett på som barrierer for å tilby sunne alternativer. Sunne matvarer ble solgt i mindre grad, hadde en høyere pris og lavere fortjeneste enn usunn mat. Dårlige kioskfasiliteter som lite utstyr og plass gjorde det vanskelig å tilberede sunn mat (Garnweidner-Holme et al., 2021).

En systematisk oversikt fra 2017 fant at mange barn og foreldre synes matomgivelsene på idrettsarenaen verken støtter eller bidrar til at barn tar sunne matvalg, og at matomgivelsene ikke forbedrer helse og velvære (Smith et al., 2017). Barn rapporterte at idrettsutøvere som fronter og promoterer ulike produkter, påvirker deres matpreferanser, kjøp og forbruk. De ble påvirket til å kjøpe produkter som idrettsutøvere promoterte som bra å spise i forbindelse med trening og kamp, og de ble sett på som en kilde til ernæringsinformasjon for barna (Smith et al., 2017). Barna mente at idrettsutøvere som promoterer usunn mat, legitimerer inntak av mat og drikke uavhengig av næringsprofil. Produktene ble gjerne frontet som energiøkende og prestasjons- og restitusjonsfremmende, og ble dermed ansett som sunne og fordelaktige for idretten. De fleste barna mente at for å forbedre helsen, burde sunne alternativer tilbys ved idrettsarrangementer og i idrettsmiljøet generelt, og at salg av usunne produkter som sukkerholdig brus, burde forbys på idrettsarenaer (Smith et al., 2017).

Sistnevnte studie tok for seg barns og foreldres meninger, men det er svært få studier som har undersøkt liknende problemstilling med ungdom som målgruppe. Derfor er det ønskelig å få kunnskap om hvordan idrettsaktive ungdommer opplever mattilbudet på idrettsarenaen.

1.1 Hensikt og forskningsspørsmål

Formålet med denne oppgaven var å få mer kunnskap om hvordan idrettsaktive ungdommer opplever mattilbudet i kiosken eller utsalgssted på idrettsarenaen, da dette er en gruppe som i stor grad benytter seg av denne arenaen.

I denne oppgaven er følgende forskningsspørsmål definert:

- Hvordan opplever idrettsaktiv ungdom mattilbudet på norske idrettsarenaer?
- Hva påvirker og bestemmer hva idrettsaktiv ungdom spiser på idrettsarenaen?

Masteroppgaven er en del av et større prosjekt som har som mål å øke kunnskapen om mat på idrettsarenaen i Norge, slik at tiltak for å bedre matomgivelsene på idrettsarenaen kan utvikles.

2 TEORETISK BAKGRUNN

2.1 Kosthold hos norske ungdommer

Ungdomstiden strekker seg fra 10 til 19 års alder (WHO, u.å.). Sett bort i fra fosterlivet og de første årene av et barns liv, er det ingen annen perioden i livet man vokser så mye som i ungdomstiden (Engeset et al., 2019, s. 74). Det skjer store kroppslige endringer både fysisk, psykisk, kognitivt, emosjonelt og atferdsmessig, hvor disse prosessene krever mye energi og næringsstoffer. Ungdommer har et større behov for energi generelt, protein og enkelte næringsstoffer som kalsium og vitamin D. I tillegg har jenter et økt behov for jern, jod og folat på grunn av mulig fremtidig graviditet og menstruasjon (Engeset et al., 2019, s. 37-38, 74). Kostholdsradene for barn og ungdom er de samme som gjelder for voksne, hvor Helsedirektoratet anbefaler et variert kosthold med mye grønnsaker, frukt og bær, grove kornprodukter, magre meieriprodukter, fet og mager fisk. De anbefaler et begrenset inntak av rødt og bearbeidet kjøtt, salt og sukker (Helsedirektoratet, 2012, 2020).

I følge Ungkost 3 fra 2015, som er den tredje landsomfattende kostholdsundersøkelsen blant 9- og 13-åringene, var kostholdet blant de som deltok stort sett i tråd med Helsedirektoratet sine kostholdsanbefalinger. Likevel var inntaket av frukt, grønnsaker og fisk relativt lavt, og inntaket av mettet fett og tilsatt sukker for høyt i forhold til anbefalingene. Kjøttprodukter og fete meieriprodukter var matvaregruppene som bidro mest til inntak av mettet fett, mens drikke med tilsatt sukker, godteri/søtsaker og kaker var de største kildene til tilsatt sukker. Daglig inntak av vitaminer og mineraler var stort sett i tråd med anbefalingene,

bortsett fra vitamin D som var lavere enn anbefalt for begge alderstrinn, og jern som var under anbefalt nivå hos begge kjønn blant 13-åringene, og hos jentene i blant 9-åringene (Hansen et al., 2015).

Det kan være flere grunner til at kostholdet i denne gruppen ser ut som det gjør, men matomgivelser kan ha stor betydning. Matomgivelser er alle sammenhenger hvor vi møter matsystemet i hverdagen, og alt som er med på å påvirke hva folk spiser (Helse- og omsorgsdepartementet, 2023, s. 51). Det inkluderer faktorer som hvordan det ser ut inne i butikker (hvor og hvordan produkter er plassert), matpriser, tilbud og reklame for mat og drikke, samt hvilken mat som blir tilbudt i privat og offentlig sektor. De siste årene har også digitale matomgivelser blitt viktig da mye av markedsføring av usunn mat og drikke skjer på digitale plattformer (Helse- og omsorgsdepartementet, 2023, s. 51). Barn og ungdommer er en gruppe som er sårbare for denne type markedsføring, da de har mindre kritisk evne til å vurdere markedsføringens kommersielle hensikter (Forbrukerrådet, 2019, s. 7). I tillegg gjør virkemidlene som brukes i den moderne digitale markedsføringen at reklame ikke prosesseres kognitivt, men gjennom ubevisste, følelsesmessige og sosiale mekanismer som kan påvirke holdninger og atferd. Det kognitive «forsvaret» blir dermed ikke aktivert, og ofte klarer ikke ungdom å kjenne igjen markedsføring. Videre er ungdom i en fase hvor de er sensitive for sosial aksept og belønning, samt at tenåringshjernen ikke er tilstrekkelig utviklet til å kunne ta rasjonelle valg basert på langsiktig belønning framfor kortsiktig belønning (Forbrukerrådet, 2019, s. 7). Matomgivelsene på idrettsarenaen kan ha stor betydning for kostholdet til idrettsaktive barn og ungdommer, da de tilbringer mye tid på idrettsarenaen og spiser mange av sine måltider her. Hvis matomgivelsene på idrettsarenaen hovedsakelig består av usunn mat, er det nærliggende å tro at det vil påvirke kostholdet deres i en negativ retning.

2.2 Ernæring i forbindelse med idrett og fysisk aktivitet

Ernæring i forbindelse med idrett er viktig for alle som driver med idrett, uansett alder og nivå (Purcell, 2013). Et godt sammensatt kosthold med tilstrekkelig inntak av næringsstoffer kan bidra til bedre ytelse under trening og ved konkurranse (Purcell, 2013). I tillegg kan det bedre restitusjon, redusere risiko for skade og sykdom, redusere tretthet og det vil bidra å opprettholde en tilstrekkelig vekt (Llorente-Cantarero et al., 2018; Purcell, 2013).

Olympiatoppen, avdeling for toppidrett i Norges idrettsforbund og olympiske og paralympiske komité (NIF), har i samarbeid med TINE utviklet faktaark om generelle anbefalinger og

praktiske råd om ernæring til idrettsutøvere, uavhengig av hvilket nivå man er på som idrettsutøver (Olympiatoppen, u.å.-c). Herunder har de utviklet forslag til mat og drikke som kan serveres på idrettsarrangementer (Olympiatoppen, u.å.-d). Det samme har *Sunn Idrett* gjort, en annen initiativtaker som jobber med å fremme sunne matomgivelser på idrettsarenaen. Deres hovedmål er blant annet å øke kunnskap om kosthold og ernæring i forbindelse med idrett blant ledere, foreldre, trenere og helsepersonell knyttet til idretten (Sunn idrett, u.å.-b). De ønsker å skape god matkultur og trivsel rundt mat, og forebygge spiseforstyrrelser blant unge idrettsutøvere. Deres målgruppe er idrettsungdom mellom 13 og 18 år som driver idrett på bredde- og toppnivå (Sunn idrett, u.å.-b). Anbefalingene fra Olympiatoppen og Sunn Idrett er i utgangspunktet de samme kostholdsanbefalingene som Helsedirektoratet gir, men de legger større vekt på viktigheten av å få i seg nok karbohydrater når man driver med idrett (Olympiatoppen, u.å.-b; Strand-Udnæseth, u.å.).

De anbefaler et kosthold med høyt inntak av karbohydrater, da dette er kroppens viktigste energikilde i forbindelse med trening og konkurranse (Olympiatoppen, u.å.-b; Strand-Udnæseth, u.å.), og et moderat inntak av protein og fett (Olympiatoppen, u.å.-b). De anbefaler inntak av mat og drikke fra alle de syv matvaregruppene, 1) brød og kornvarer, 2) poteter, ris og pasta 3) grønnsaker, 4) frukt og bær, 5) fisk, fjærkre, kjøtt og egg, 6) melk, yoghurt og ost, og 7) matfett (Olympiatoppen, u.å.-b). I tillegg anbefales man å ta tilskudd av vitamin D og omega-3 fettsyrer eller tran (Olympiatoppen, u.å.-b). Ved inntak av disse næringskildene vil behovet for viktige mikronæringsstoffer som jern, kalsium, vitamin D og magnesium dekkes, gitt at man spiser den mengden kalorier kroppen har behov for (Smith et al., 2015). For at man skal få i seg tilstrekkelig med næringsstoffer som dekker kroppens behov, anbefaler Olympiatoppen, Sunn Idrett og Helsedirektoratet å innta fire måltider om dagen – frokost, lunsj, middag og kveldsmat. Ved høyt energinivå eller følelse av sult anbefales inntak av mellommåltider. Videre anbefaler de at det ikke går mer enn 3-4 timer mellom måltidene (Helsedirektoratet, 2012; Olympiatoppen, u.å.-b, u.å.-d; Sunn Idrett, u.å.-a).

2.3 Manglende nasjonale retningslinjer for mat på idrettsarenaen

Idrett er ofte basert på frivillig arbeid, og i Norge er det rundt 700 000 frivillige som gjør det mulig å opprettholde idretten (Fredheim, 2018). De frivillige er stort sett foreldre som har egne barn i idrettslaget (Aktivitetsguiden, U.å.), hvor maten gjerne blir laget og tilberedt av foreldrene. Det er opp til hvert idrettslag å bestemme hva de vil tilby av mat og drikke, som vil si at mattilbudet kan variere fra klubb til klubb. Det kan bety at kioskens mattilbud i hvert enkelt idrettslag er avhengig av de frivilliges kunnskap og interesse for mat (Garnweidner-Holme et al., 2021). Kioskens mattilbud kan også være avhengig av klubbens/kioskens fasiliteter, hvor for eksempel en kiosk med lite plass og utstyr kan ha et begrenset mattilbud, mens en kiosk med mer plass og utstyr kan ha et større mattilbud (Garnweidner-Holme et al., 2021).

Helsedirektoratet har utviklet nasjonale retningslinjer for mat og måltider i skole og barnehage, hvor målet er å bidra til at barn og elever sikres gode rammer for måltidene og god ernæringsmessig kvalitet på mat- og drikketilbudet (Helsedirektoratet, 2015, 2018). Per i dag finnes det ingen liknende nasjonale retningslinjer for mat og måltider på idrettsarenaen. Regjeringen har utviklet ulike handlingsplaner for å fremme fysisk aktivitet og sunn mat til Norges befolkning. I den siste handlingsplanen, *Nasjonal handlingsplanen for bedre kosthold (2017-2021)*, har enkelte grupper som barn, ungdommer, eldre og barnefamilier, fått spesielt fokus (Helse- og omsorgsdepartementet, 2017, s. 8). Noen av tiltakene som er utarbeidet for å fremme sunne matvaner hos ungdom er blant annet å 1) Ha mer tilgjengelighet av frukt og grønt i skolen, for eksempel gratis skolefrukt, 2) Styrke kunnskap om ernæring og matlaging i hele skoleløpet, 3) Vurdere aldersgrense for kjøp av energidrikker, og 4) Samarbeide med idrettslag og andre frivillige organisasjoner (Engeset et al., 2019, s. 77). For eksempel kan idrettslag samarbeide med BAMA, et norsk selskap for frisk frukt, bær og grønnsaker, som har utviklet konseptet *Eat Move Sleep* i samarbeid med Norges Fotballforbund og EAT Initiativ (BAMA, u.å.-a; Helse- og omsorgsdepartementet, 2017, s. 24). Deres hovedmål er å forbedre folkehelsen ved å informere om fordelene med et sunt kosthold, mer aktivitet og god søvn (BAMA, u.å.-a). De tilbyr idrettslag som er medlem av NIF, 60 % rabatt på frukt, grønnsaker, juice og andre produkter fra deres merke (BAMA, u.å.-b).

2.4 Faktorer som påvirker ungdommers kosthold og spisevaner

Ungdomstiden er en viktig utviklingsperiode som er preget av en overgang fra hovedsakelig foreldrestyrt spising, til mer selvstyrt spising. I løpet av denne perioden utvikler ungdommer autonomi over egne matvalg og spiseatferd (Ziegler et al., 2021, s. 1). Flere faktorer påvirker ungdommers kosthold og spisevaner, blant annet pris, opplevelse av sunnhet, lettvinthet, sosiale normer, holdninger, kontekst for matinntak, smak og mattilgjengelighet (Engeset et al., 2019, s. 153; Liu et al., 2021; Neumark-Sztainer et al., 1999). Videre kan grad av eksponering for ulike smaker og konsistenser som barn, påvirke hva slags type mat man lærer å like både som barn og som voksen (Engeset et al., 2019, s. 154). Dersom man er blitt eksponert for ulike smaker og i tidlig alder, inkludert bitre og sure smaker, er det større sannsynlighet for at man har større aksept og preferanser for disse smakene som ungdom og voksen. Og motsatt, hvis man ikke er blitt eksponert for dette som barn, kan man utvikle smalere/færre smakspreferanser, og da gjerne for søt og umami smak. Sistnevnte smaker har man evolusjonært en preferanse for, da det signaliserer trygg og næringsrik/energirik mat (Engeset et al., 2019, s. 154). Sure og bitre smaker har man fra naturens side har en aversjon for, da dette signaliserer skadelige og giftige forbindelser. Dette er mat som man ofte må lære seg å like over tid hvor man spiser det gjentatte ganger (Engeset et al., 2019, s. 154; Liu et al., 2021).

Mattilgjengelighet er en annen viktig faktor som påvirker matvalg (Engeset et al., 2019, s. 155). Vi skiller gjerne mellom to typer tilgjengelighet: *generell tilgjengelighet* og *umiddelbar tilgjengelighet*. Generell tilgjengelighet refererer til tilgang på et utvalg av matvarer som er akseptable med tanke på smak, kultur, preferanse og pris. Umiddelbar tilgjengelighet refererer til tilgang på matvarer i nærmiljøet, som for eksempel matvarer i hjemmet, i matbutikken, på skolen, i barnehagen og på bensinstasjonen (Engeset et al., 2019, s. 155). Hvilken mat ungdom har tilgang til hjemme er påvirket av blant annet foreldrenes tid og økonomi (Liu et al., 2021). Foreldre med lange arbeidsdager og begrenset tidskjema har større sannsynlighet for å kjøpe ferdigmat («take away») og industrifremstilt mat, og de tilbereder i mindre grad sunne måltider for familien (Liu et al., 2021). Denne type mat er gjerne billigere og av dårligere kvalitet enn mer fersk og råvarebasert mat (Liu et al., 2021). Videre er familier med lav inntekt mer sannsynlig til å kjøpe usunn mat, mens familier med høyere inntekt har en tendens til å kjøpe mer sunn mat (Liu et al., 2021). Familier med høyere inntekt har også ofte høyere helse- og ernæringskompetanse, noe som kan gjøre det lettere å ta sunne matvalg (Engeset et al., 2019, s. 86-87; Liu et al., 2021). Mennesker som ungdom

omgås med i dagliglivet, som for eksempel lærere, trenere, venner og lagkamerater, kan også i stor grad påvirke deres matvalg (Engeset et al., 2019, s. 157-159). Trenere kan for eksempel ha en positiv innvirkning på matvalg og fungere som rollemodeller for sunn spising og sunne matvaner for idrettsaktive ungdommer (Westberg et al., 2021, s. 14).

2.4.1 The Food Choice Process Model i et ungdoms perspektiv

Faktorene som påvirker ungdommers kosthold og spisevaner kan passe inn i «*The Food Choice Process Model*» eller på norsk; «matvalgsprosessmodellen». Modellen er utviklet av Furst et al. (1996), hvor den forsøker å forklare hvordan matvalg hos individer foregår og hva som påvirker dette. Modellen består av tre hovedkomponenter: *livsløpshendelser og erfaringer, ulike kilder for påvirkning og individets personlige matsystem*. Det antas komponentene delvis overlapper hverandre og virker i samspill (Engeset et al., 2019, s. 157; Furst et al., 1996). Eksemplene som blir presentert i de ulike delene tar utgangspunkt i hva som kan påvirke ungdommers matvalg på idrettsarenaen.

Livsløp og erfaringer

Som mennesker går vi gjennom ulike livsfaser preget av forandringer, utfordringer og forventninger (Engeset et al., 2019, s. 157). Det samme gjelder vårt forhold til mat, hvor matvalg er dynamiske og utvikler seg over tid. Mennesker utvikler sine egne matrelaterte strategier og matvalg i ulike kontekster, hvor noen av disse fester seg og forblir stabile gjennom livet. Dette kan for eksempel være familietradisjoner, matkultur og matvaner i oppveksten som gjerne forblir konstante gjennom hele livet (Engeset et al., 2019, s. 157-158). For eksempel kan en person som vokser opp med en tradisjon hvor det å delta på idrettsarrangementer er assosiert med å spise pølse, vaffel og brus, fortsette med denne tradisjonen i deler av eller hele sitt liv. På denne måten blir den integrert i vedkommendes personlige "matsystem". Gjentatte matvalg skaper momentum for å gjøre de samme matvalgene i fremtidige omstendigheter, men dette kan variere i ulike livsfaser (Engeset et al., 2019, s. 158). Store livshendelser som å flytte ut fra barndomshjemmet, starte eller slutte på skole, bytte jobb, migrere til et annet land eller kultur, gå inn i eller forlate viktige personlige relasjoner og andre store overganger, kan bli vendepunkter som har innvirkning på matvalg og individets personlige matsystem (Engeset et al., 2019, s. 158; Sobal et al., 2006). Det kan føre til endringer i matvalg som igjen kan føre til at det etableres et nytt personlig matsystem (Engeset et al., 2019, s. 158). Man kan si at det oppstår en matkurve («*Food Choice Trajectory*») som består av *står av tid og kontekster*. Tid refererer til hvilket tidspunkt det

oppstår en endring eller et vendepunkt, og *kontekst* refererer til miljøene individet er en del av på tidspunktet endringen skjer. Videre deles disse inn i mikro- og makrokontekster (Engeset et al., 2019, s. 158). Mikrokontekster refererer til familie, venner, skole, arbeidsplass og lokalsamfunn som er med på å forme individers matkurve gjennom livet, og makrokontekster refererer til sosiale, kulturelle, politiske og økonomiske forhold i samfunnet som kan påvirke individets atferd relatert til mat (Engeset et al., 2019, s. 158).

Påvirkninger

Påvirkninger som bidrar til å forme matvalg kan deles inn i fem kategorier: *kulturelle idealer*, *personlige faktorer*, *ressurser*, *sosiale faktorer* og *kontekster* (Engeset et al., 2019, s. 158). *Kulturelle idealer* er standardene folk har lært gjennom sosialisering og akkulturasjon, og fungerer som referansepunkter for individers vurdering av atferd. Det vil si normer om hva som er riktig, normalt eller upassende å gjøre eller å oppføre seg på (Engeset et al., 2019, s. 158). Kulturelle idealer er som regel blitt lært gjennom familie og andre institusjoner, og gjenspeiler forventninger til mat og spising. For eksempel vil mattilbudet på idrettsarenaen sette standarden for hva man anser som normalt å spise i denne settingen. Hvis det alltid er blitt servert og spist pølser, kaker og brus, er det det referansepunktet man har, og man vil kanskje ikke tenke over at det er noe rart eller unormalt med å spise det når man er en del av miljøet. *Personlige faktorer* er kjennetegn ved individet som påvirker matvalg (Sobal et al., 2006). Det inkluderer fysiologiske, psykologiske, emosjonelle og sosiale faktorer. For eksempel vil identiteten man utvikler og synliggjør gjennom matrelatert atferd, også kalt matidentitet, være personlige faktorer som utvikles og læres over tid for hver enkelt person (Engeset et al., 2019, s. 159; Sobal et al., 2006).

Ressurser er de mulighetene og begrensningene en person har til å ta matvalg (Engeset et al., 2019, s. 159). Dette inkluderer *fysisk kapital* som penger, utstyr og plass, og *menneskelig kapital* som tid, kunnskap og matlagingsferdigheter, hjelp fra andre, emosjonell støtte og råd, og *kulturell kapital* som verdier og tradisjoner (Engeset et al., 2019, s. 159; Sobal et al., 2006). I forbindelse med hva ungdommer velger å kjøpe i kiosken på idrettsarenaen er det nærliggende å tro at for eksempel penger, kunnskap og tradisjoner kan være både begrensende og fremmende faktorer. Ungdommer har kanskje ikke så mye penger at de kan kjøpe seg «hele kiosken» og må derfor ta valg basert på hva de har råd til. Grad av kunnskap om mat, ernæring og helse kan påvirke hvor «gode» eller «dårlige» matvalg ungdommene tar, samt at valgene kan bli påvirket av hvilke mattradisjoner man er vant til å ha på idrettsarenaen. *Sosiale faktorer* er relasjoner til mennesker som kan legge til retter for

eller begrense en persons matvalg (Engeset et al., 2019, s. 158). Familie, venner, kolleger, lokalsamfunn og andre sosiale relasjoner kan påvirke matvalg, da mye av maten vi spiser spises i selskap med andre. Det er ofte nødvendig å ta andre personers preferanser og behov i betraktning når man skal bestemme hva, hvor og når man skal spise (Engeset et al., 2019, s. 159; Sobal et al., 2006). For eksempel kan man på idrettsarenaen være nødt til å ta hensyn til eventuelle allergier, intoleranser eller andre matensyn, noe som kanskje kan begrense variasjonen i mattilbudet dersom det er mange hensyn å ta. *Kontekster* refererer til mer overordnede fysiske og samfunnsmessige miljøfaktorer som kan ha innflytelse på folks matvalg. Dette kan være fysiske omgivelser som klima, jordsmonn og strukturer i det fysiske miljøet, og samfunnsmessige faktorer som påvirkning fra reklame og media, og politiske og økonomiske forhold (Engeset et al., 2019, s. 159). Her vil matsystemet ha stor betydning, da det bestemmer hvilke matvarer som er tilgjengelig, hvor og hvordan de tilberedes, serveres og spises (Engeset et al., 2019, s. 159; Sobal et al., 2006). Når det gjelder ungdommers matvalg på idrettsarenaen, vil disse valgene påvirkes av hva slags mattilbud det er på idrettsarenaen.

Personlig matsystem

Personlige matsystemer er de kognitive prosessene som resulterer i hva folk velger å spise i forskjellige situasjoner, og inkluderer verdier relatert til mat og måltider (Sobal et al., 2006). Furst et al., (1996) peker på seks hovedverdier som er relevante for matvalg; *sanseinntrykk, økonomiske hensyn, bekvemmelighet, helse/ernæring, håndtering av relasjoner og kvalitet* (Furst et al., 1996). Disse verdiene vurderes i forhold til hverandre, og man tar matrelaterte beslutninger basert på situasjonen man er i (Engeset et al., 2019, s. 159). For eksempel kan en idrettsaktiv ungdom velge å ha med seg matpakke på fotballtrening framfor å kjøpe mat i kiosken, på grunn av økonomiske og/eller helse/ernæringshensyn. En slik balansering av verdier skjer gjennom bevisste kognitive prosesser, og for å forenkle valgene klassifiserer man mat og spisesituasjoner i ulike kategorier basert på personlige erfaringer, egenskaper ved maten og kontekst. For å forenkle matvalg, konstrueres strategier som fungerer som lett tilgjengelige retningslinjer. Mentale kart vil utvikle seg, hvor de fungerer som prosedyrer for matvalg og annen matrelatert atferd i situasjoner som er kjent for den enkelte. Det vil forenkle matvalgene ved å skape oversikt, trygghet og forutsigbarhet. De mentale kartene vil etter hvert bli automatisert og matvalg vil skje ubevisst med minimal kognitiv prosessering (Engeset et al., 2019, s. 159).

3 METODE

3.1 Forskningsmetode

For å svare på forskningsspørsmålene «Hvordan opplever idrettsaktiv ungdom mattilbudet på norske idrettsarenaer?» og «Hva påvirker og bestemmer hva idrettsaktiv ungdom spiser på idrettsarenaen?» ble kvalitativ metode benyttet. Kvalitativ metode forsøker å dekke deltakernes erfaringer, tanker og opplevelser om et tema, og er en hensiktsmessig metode å bruke for det som ikke kan eller skal kvantifiseres (Kvale & Brinkmann, 2015).

Fokusgruppeintervju ble valgt som metode da dette ble ansett som den mest hensiktsmessige intervjuformen å bruke. Denne intervjuformen egner seg å bruke når det er lite kunnskap om temaet, og det gir deltakerne mulighet til å reflektere i samspill med andres synspunkter og komme med spontane innspill (Kvale & Brinkmann, 2015). Med tanke på deltakernes alder, 12-14 år, er dette en alder hvor man kan føle seg usikker og være opptatt av andres mening (Wagoner, 2004). Da kan det føles tryggere å svare på spørsmål og si meningene sine når man er en del av en gruppe sammenliknet med å være alene i et individuelt intervju. Oppgavens tema var også passende å snakke om i fokusgruppeintervju, da det legger til rette for å få til en gruppedynamikk som kan få frem ulike perspektiver av ungdommenes erfaringer.

3.2 Utvalg og rekruttering

Inklusjonskriteriene var at deltakerne måtte være medlem av et 12-14 års håndball- eller fotballag i Oslo eller omegn, enten gutt- eller jentelag. Prosjektgruppen valgte fotball og håndball som idretter da dette er blant de mest populære idrettene i Norge, samt at begge idrettene var i sesong da datainnsamlingen pågikk. Masterstudenten sendte e-post med informasjon om studien og forespørsel om deltakelse til aktuelle klubber, med varierende respons fra klubbene. Noen ønsket å delta, andre hadde ikke tid, og mange svarte ikke i det hele tatt. Totalt fire klubber ble rekrutterte – tre klubber fra ulike områder i Oslo, og en klubb fra Asker. Det var to fotballag og to håndballag med omtrent lik fordeling av gutter (n=9) og jenter (n=10). De rekrutterte klubbene fikk informasjonsbrev av masterstudenten på e-post, hvor dette ble sendt videre til trenere for aldersklassen 12-14 år, slik at trenerne tok seg av rekruttering av deltakere. De ungdommene som ønsket å delta mottok informasjonsskriv til seg selv og til foreldrene. Informasjonsskrivet til foreldrene inkluderte en lenke til elektronisk samtykke (Nettskjema).

Prosjektgruppen valgte aldersgruppen 12-14 år fordi denne aldersgruppen har et lavt inntak av frukt, grønnsaker og fisk, og høyt inntak av mettet fett og tilsatt sukker i forhold til anbefalingene (Hansen et al., 2015). Dette er også en alder hvor man gjerne har startet å ta selvstendige matvalg utenfor hjemmet og disponerer gjerne egne lommepenger på dette. Vi tenkte derfor at denne aldersgruppen kunne bidra med verdifull kunnskap for å belyse problemstillingen.

3.3 Forberedelser til intervju

3.3.1 Intervjuguide

Hensikten med en intervjuguide er å strukturere intervjuet i relevante temaer (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 162). Intervjuguiden i denne masteroppgaven ble utarbeidet med utgangspunkt i studiens problemstilling og er presentert i vedlegg 3. En semistrukturert intervjuguide ble utviklet av masterstudenten i samarbeid med prosjektgruppen. Tre av medlemmene i prosjektgruppen har bakgrunn fra samfunnsnærings og én av medlemmene har bakgrunn fra idrettsvitenskap. Semistrukturert intervjuguide er i følge Thagaard (2018), den mest brukte metoden i kvalitative intervjuer (Thagaard, 2018, s. 91). Tema bestemmes i forkant av intervjuet, men rekkefølgen på temaene er fleksibel og kan variere ut ifra hvordan deltakerne responderer på spørsmålene i intervjuet. Dette gjør at moderatoren kan tilpasse spørsmålene basert på deltakernes svar, og inkludere nye spørsmål om temaet som ikke var planlagt (Thagaard, 2018, s. 91).

Det ble forsøkt å utvikle åpne spørsmål, slik at deltakerne kunne svare fritt uten påvirkning fra ledende spørsmål (Thagaard, 2018, s. 97). Jeg stilte oppfølgingsspørsmål dersom det var nødvendig for å få en bedre forståelse av hva deltakerne mente. Intervjuguiden inneholdt tre deler: *innledning*, *hovedspørsmål* og *oppsummering*. Innledningen inneholdt informasjon om hvordan intervjuet ville foregå, informasjon om deltakernes personvern, og informasjon om deltakernes rettigheter dersom noen skulle ønske å trekke seg fra studien i etterkant av intervjuet. Hovedspørsmålene bestod av 12 åpne spørsmål med ulike temaer. Det første spørsmålet ble utformet på en enkel måte slik at alle hadde mulighet til å svare uten å resonnerer spesielt mye. Dette la til rette for at deltakerne kunne oppleve å mestre å svare, og forhåpentligvis gi dem selvtillit til å respondere aktivt på de neste spørsmålene. Ved oppsummeringen ble de viktigste poengene fra hoveddelen oppsummert. Dette ga deltakerne

mulighet til å rette opp i eventuelle feil eller misforståelser, samt mulighet til å tilføye noe mer enn det som allerede ble sagt ved hovedspørsmålene.

3.3.2 Pilottesting av intervjuguide

Intervjuguiden ble pilottestet for å se om spørsmålene var tydelige og forståelige, og for å se om det var behov for endringer. Det ble gjort noen justeringer i intervjuguiden etter pilotintervjuet. Spørsmålet "Hvem mener dere er ansvarlig for at det er sunn mat tilgjengelig på idrettsarenaen?" ble flyttet opp en linje, og to andre spørsmål fikk et par ekstra ord for å gjøre dem tydeligere. Ett spørsmål ble skrevet på nytt. Pilotintervjuet ble vurdert som relevant og nyttig for å besvare forskningsspørsmålene og ble derfor inkludert i studien. Det var også nyttig å teste lydopptaker-appen «Diktafon App» versjon 3.8.2, og tilhørende lagringsky «Nettskjema», samt egne intervjuferdigheter.

3.4 Innsamling av data

3.4.1 Gjennomføring av intervjuene

Alle fokusgruppeintervjuene ble gjennomført mellom september og november 2022. Pilotintervjuet ble holdt hjemme hos en av deltakerne etter fotballtrening. Det var vanskelig å få låne et møterom fra klubben, så prosjektgruppen besluttet at det var mest praktisk med tanke på logistikk og gjennomføring. Det tre andre intervjuene ble holdt i et møterom tilhørende klubbens haller. Intervjuene skjedde på kveldstid før trening eller etter trening, eller en dag de ikke hadde trening. Deltakere i en av fokusgruppene fikk pizza og brus etter intervjuet, da treneren trodde det ville gjøre rekrutteringen lettere. Alle intervjuene ble holdt av masterstudenten som moderator. Før jeg startet intervjuene ble hver av deltakerne bedt om å si «deltaker én», «deltaker to», «deltaker tre» og så videre, til alle deltakerne hadde sagt sitt nummer med sin stemme. Dette for å gjøre arbeidet med transkriberingen lettere. Hvis jeg var usikker på hvem som sa hva i lydfilen, kunne jeg gå tilbake til starten og lytte til deltakernes stemmer, og på den måten finne ut hvem som sa den spesifikke setningen.

3.4.2 Transkribering

Transkribering ble gjort av meg kort tid etter at intervjuene var gjennomført. Dette gjorde det enkelt å huske små detaljer fra intervjuet, som for eksempel hvor deltakerne satt, kroppsspråk

og ansiktsuttrykk. Lydfilene var for det meste av god kvalitet med klar tale, men noen ganger snakket deltakerne samtidig som gjorde det vanskelig å høre tydelig hva de sa. Siden intervjuene ble transkribert raskt etter at intervjuene var gjennomført, kunne jeg huske hva som hadde blitt sagt, selv om det var utydelig på lydfilen. Alle spørsmål og svar ble transkribert ordrett, inkludert alle uttrykk som «ehm», «hmm» og «mhm», pauser og ikke-verbale uttrykk. Pausene ble beskrevet med tre prikker («...») hvis det var en kort pause, eller som «*pause*» hvis det var en lengre pause. Dette for å inkludere all informasjon fra deltakerne som kunne være relevant til dataanalysen. Transkriberingen ble gjort på bokmål, hvor alle utsagn med navn som kunne gjenkjennes ble skrevet på en måte som var ugjenkjennelig («sladdet»). Hovedveileder gikk gjennom alle transkriptene for å sikre kvaliteten på transkriberingen, og for å vurdere om eventuelle endringer av intervjuguiden var nødvendig.

3.4.3 Analyse

Analysen av de transkriberte intervjuene ble gjort med bruk av tematisk analyse utviklet av Braun og Clark (Braun & Clarke, 2006, 2012). Det er en hensiktsmessig analysemetode å bruke fordi den forsøker å forstå erfaringer, tanker eller atferd i et datasett. Man leter aktivt etter mønstre og temaer i datasettet som forsøker å svare på problemstillingen (Michelle E. Kiger & Lara Varpio, 2020). Dette er altså induktiv tilnærming, som betyr at tolkning av data og teoretiske refleksjoner er utviklet på grunnlag av analysen av datamaterialet (Thagaard, 2018, s. 184). Forskere har indikert at tematisk analyse er en god metode for førstegangsforskere innen kvalitativ metode, da den blir presentert som lett å lære seg/bruke (M. E. Kiger & L. Varpio, 2020). Den er designet for å søke etter vanlige eller felles meninger, noe som betyr at analysen er mindre egnet til å undersøke unike betydninger eller erfaringer fra en enkelt person eller dataelement (M. E. Kiger & L. Varpio, 2020). En seks-trinns prosess er det mest aksepterte rammeverket for å gjennomføre tematisk analyse. Denne prosessen inkluderer å bli kjent med dataene, lage innledende koder, lete etter subtemaer, gå igjennom subtemaer, definere og navngi hovedtemaer, og til slutt, skrive rapporten (resultatene). Dette rammeverket ble brukt i analyseprosessen i denne oppgaven, hvor alle trinnene blir kort beskrevet i det neste avsnittet.

Trinn én involverte å bli kjent med hele datasettet og gå grundig gjennom alle transkriptene. Tanker om mulige koder og temaer ble skrevet ned. *Trinn to* gikk ut på å lage koder for alle utsagn som kunne være relevante for problemstillingen. Koder ble merket med et navn som oppsummerte betydningen av innholdet. Dette trinnet ble gjort med

analyseprogrammet NVivo 12 versjon 1.7.1 (4844). Jeg hadde regelmessig veiledning fra hovedveileder for å gjøre kodene så presise som mulig. Noen koder ble slettet, noen ble laget på nytt, og andre koder fikk nytt navn. I *trinn tre* ble det laget subtemaer, hvor koder med samme meningsinnhold ble inkludert i samme subtema. Koder som var vanskelige å kategorisere ble midlertidig flyttet til et subtema tema kalt «annet», til jeg visste hvor de kunne plasseres. Dette ble gjort i samarbeid med hovedveileder. I *trinn fire* ble alle subtemaer og koder lest gjennom for å sikre at kodene hadde samme meningsinnhold som subtemaet presenterte. Noen koder ble flyttet til et subtemaer som passet bedre, og noen koder ble slettet fordi de hadde liten relevans for problemstillingen, eller hadde for lite innhold til å bli tatt med videre i analysen. Det resulterte i totalt 26 subtemaer og 99 koder. I *trinn fem* ble hovedtemaer definert ut fra subtemaenes innhold. Dette resulterte i 5 hovedtemaer hvor de 26 subtemaene ble plassert i passende hovedtema. Følgende hovedtemaer var: «Generelle holdninger til kosthold og ernæring», «Erfaringer med mat på idrettsarenaen», «Faktorer som påvirker hva som kjøpes i kiosken», «Idrettsarenaen som mulig arena for å fremme sunne matvaner», «Utfordringer med og eventuelle forslag til å få et bedre mattilbud på idrettsarenaen». *Trinn seks* er resultatkapittelet hvor alle subtemaene presenteres og eksemplifiseres med utsagn fra fokusgruppeintervjuene. Tabell 1 viser et eksempel på koder, subtema og hovedtema med utgangspunkt i sitater fra deltakerne.

Tabell 1: Eksempel på utarbeidelse av koder, subtema og hovedtema

Sitater fra deltakerne	Koder	Subtema	Hovedtema
«Ehm, jeg pleier ikke å ha med (mat), jeg pleier å kjøpe noe hvis jeg blir sulten»	Pleier ikke å ha med mat på idrettsarenaen, og kjøper heller hvis hun blir sulten	Kjøper mat i kiosken hvis vedkommende er sulten	Faktorer som påvirker hva som kjøpes i kiosken
«(...) på cupper, da varer de i noen timer, så da blir man jo ofte sulten, og jeg i hvert fall, jeg pleier ikke å ha med meg matpakke, jeg pleier da, men det er jo ikke alltid jeg blir sulten, men om jeg blir sulten, da kjøper jeg bare pølse eller noe liksom»	Kjøper mat i kiosken på cupper hvis de blir sultne. Kjøper da en pølse eller noe annet		

3.5 Forskningsetiske aspekter

I ethvert forskningsprosjekt forventes det at man som forsker følger etiske retningslinjer og viser etisk praksis (Thagaard, 2018, s. 20). Forskningsprosjekter som gjennomføres ved universiteter, høyskoler eller andre forskningsinstitusjoner, og som omfatter behandling av personopplysninger om deltakere, plikter å melde fra til Norsk senter for forskningsdata (NSD) (Thagaard, 2018, s. 22). NSD er personvernombudet som vurderer om et forskningsprosjekt skal godkjennes eller ikke. For dette masterprosjektet ble det sendt søknad med prosjektbeskrivelse og informasjonsbrev til NSD i august 2022. Søknaden ble innvilget i september 2022. Det var ikke nødvendig å søke til Regionale komiteer for medisinsk og helsefaglig forskningsetikk (REK), da prosjektet ikke omfattet medisinsk eller helsefaglig forskning som involverer mennesker, humant biologisk materiale eller helseopplysninger (De nasjonale forskningsetiske komiteene, 2014).

En forutsetning for alle forskningsprosjekter er at forskeren er nødt til å få informert samtykke fra alle deltakere som er involvert, og gi deltakerne et godt informert grunnlag til å vurdere om de ønsker å delta i forskningsprosjektet (Thagaard, 2018, s. 22-23). Deltakerne har rett til å få tilstrekkelig med informasjon om forskningsprosjektens formål, hvem som har tilgang til informasjonen, hvordan resultatene skal brukes og mulige konsekvenser av å delta i prosjektet (Thagaard, 2018, s. 22-23). Siden deltakerne i denne studien var mindreårig, var deltakernes foreldre forpliktet til å samtykke på vegne av ungdommen til å delta i studien. Det ble utviklet to informasjonsbrev – ett til deltakerne og ett til deltakernes foreldre. Brevene ble tilpasset til hver av målgruppene i forbindelse med ordlyd/språk, men begge brevene inneholdt informasjon om studiens formål, hva eventuell deltakelse ville innebære, hvordan intervjuet skulle gjennomføres, og informasjon om deres rett til å trekke seg fra studien. De fikk også informasjon om blant annet sine rettigheter til å få eventuell gjenkjennbar informasjon om seg selv slettet, samt informasjon om hvordan sensitiv informasjon ble lagret og brukt. Foreldrene fikk et informasjonsskriv med lenke til elektronisk samtykkeskjema via Nettskjema.no, som er en sikker og mye brukt løsning for datainnsamling til forskning. Intervjuene kunne gjennomføres når samtykkeskjemaet var signert av en av foreldrene/foresatte til alle deltakerne i hver enkelt fokusgruppe.

4 RESULTATER

4.1 Bakgrunnsinformasjon om deltakere

Masteroppgaven inkluderer resultater fra fire fokusgruppeintervjuer med til sammen 19 deltakere. Hver av fokusgruppene representerer deltakere fra et håndball- eller fotballag i Oslo/omegn og består av enten jenter eller gutter. Hvert intervju hadde 4-6 deltakere og varte mellom 19 minutter og 40 minutter. En oversikt over fokusgruppens karakteristikk er gitt i tabell 1.

Tabell 2: Oversikt over fokusgrupper

Fokusgruppe	Region	Type sport	Antall deltakere	Kjønn	Alder
1	Asker kommune	Fotball	4	Gutter	11-12 år
2	Øst i Oslo	Fotball	5	Gutter	13-14 år
3	Sør i Oslo	Håndball	4	Jenter	11-12 år
4	Øst i Oslo	Håndball	6	Jenter	13-14 år

Tabell 3 gir en oversikt over hovedtemaer og subtemaer som er utarbeidet fra intervjutranskriptene og presenteres i delkapitlene under tabellen. Utsagn fra deltakerne er fremhevet i kursiv skrift.

Tabell 3: Oversikt over hovedtemaer og subtemaer

Hoved-temaer	Generelle holdninger til kosthold og ernæring	Erfaringer med mattilbudet på idrettsarenaen	Faktorer som påvirker hva som kjøpes i kiosken	Idrettsarenaen som mulig arena for å fremme sunne matvaner	Utfordringer med og eventuelle forslag til å få til et bedre mattilbud på idrettsarenaen
Sub-temaer	Barn liker usunn mat, mens eldre barn liker sunnere mat	Spillerne setter pris på mat som frukt og wraps, og mat som er lett å spise på idrettsarenaen	Mattilbudet på idrettsarenaen er begrenset med få sunne alternativer	Klubbledelsen, kioskansvarlig og cuparrangørene har ansvar for at sunn mat er tilgjengelig på idrettsarenaen	Foreldrene bestemmer hva som skal være i kiosken da de er ansvarlige for matlaging
	Usunn mat brukes som belønning av foreldre og spillerne selv	Opplever for varm eller for kald mat og drikke når den serveres, på grunn av ugunstig eller feil oppbevaring	Spillernes matvalg i kiosken avhenger av årstid og sesong	Idrettsarenaen bør fremme sunn mat og være en rollemodell for sunne matvaner	Spillerne føler de ikke har medbestemmelse i forbindelse med hva som skal tilbys i kiosken
	Usunn mat er populært og selger godt	Spillerne ønsker sunnere mat som wraps, smoothie, frukt, nøtter, varm mat og et bredere utvalg av brødskiver og bagetter på idrettsarenaen	Pris er avgjørende for å kjøpe noe i kiosken, og spillerne foretrekker å kjøpe mat i matbutikken på grunn av bedre priser og utvalg	Idrettsarenaen kan skape press på spillerne dersom det kun tilbys sunn mat	Det er vanskeligere å lage sunn mat enn usunn mat, og sunn mat gir mindre profitt enn usunn mat
	Tilstrekkelig ernæring i forbindelse med trening og kamp er viktig for prestasjon	Spillerne opplever at maten som selges i kioskene er mer rettet mot tilskuerne enn spillerne	Kjøper mat i kiosken hvis det ser bra og fristende ut, og hvis vedkommende har lyst på det	Spillere bør ha tilgang til sunn mat på arrangementer som varer over tid	Kiosken bør utvides for å gi plass til flere varer
		Smaken av maten på cuper er ikke alltid god	Kjøper det samme som de andre spillerne		Involvere spillerne i å bestemme hva som skal selges i kiosken
		Spillerne er fornøyd med maten som tilbys i kiosken og på idrettsarrangementer	Kjøper mat i kiosken hvis vedkommende er sulten		
		Det bør være tilgjengelig mat som er lett å fordøye og kan spises raskt, da usunn og «tung» mat kan føre til magesmerter			

4.2 Generelle holdninger til kosthold og ernæring

For å få en forståelse av hva deltakerne anså som sunn mat, ble de spurt om å definere dette. De svarte at det er mat som er næringsrik og gir deg energi, gjør deg mett og som har lite fett. Spesifikke matvaregrupper og matvarer som ble nevnt var frukt, grønnsaker, fullkornsbrød med kokt egg, havregryn, fullkornspizza, og proteinkilder som fisk, kylling, kjøtt og bønner. Videre ble det å generelt ha et variert kosthold fremhevet som sunt.

En deltaker hadde en oppfatning at smakspreferanser var avhengig av alder, og at mindre barn var mer glad i søtsaker enn eldre barn:

D2: (...) det kan være at de (de eldre barna) vil ha litt mer sunne ting, men de som, de småbarna, de som går på sånn allidrett og sånn, de tror jeg bare vil ha godteri og.. ja, sånne ting (...) Jeg vet ikke helt. Jeg bare føler at sånne småbarn er veldig glad i godteri og sånn (...) også er det sånn, etter allidrett og sånn så er det alltid sånn laang kø her, og da tror jeg, da tror jeg de kjøper, assa de kan, jeg vet ikke nøyaktig hva de kjøper, men jeg tror de fleste kjøper liksom mest sånn sjokolade og sånn

- Jente, 11-12 år, fokusgruppe 3

Videre sa den samme deltakeren at søt mat er generelt noe man blir glad for og at hun noen ganger får sjokolade som belønning for å ha spilt bra på en kamp:

D2: (...) Pappa er innimellom sånn «om du scorer 3 mål på den håndballkampen, så får du liksom en sjokolade og sånn», så de kan jo hende at de småbarna har noe sånn avtaler, men eeh, ja, det er jo ikke hver kamp pappa sier det på, det er liksom bare sånn én innimellom (...)

det er liksom samme om vi vinner eller taper om jeg får noe i kiosken liksom, men.. men det er liksom ofte ikke for tull da, men han (faren) mener det jo liksom, om du scorer ti mål, så får du en sjokolade liksom

- Jente, 11-12 år, fokusgruppe 3

Deltakere fra en annen fokusgruppe sa at de som oftest kjøper søtsaker som for eksempel sjokoladecake i kiosken etter at de har vunnet en kamp, men at de gjerne gjorde det hvis de tapte også. En annen fokusgruppe sa at de koste seg med brus på kveldstid etter lange dager på cup. Noe liknende sa en annen fokusgruppe, hvor de på cuphelger kjøpte godteri på butikken på dagtid og sparte dette til kvelden slik at de kunne spise det da.

Betydningen av adekvat ernæring i forhold til prestasjon under trening og kamper ble nevnt hos tre av fire fokusgrupper. En deltaker fortalte at han pleier å kjøpe en banan eller noe annet karbohydratrikt før en kamp. En annen deltaker fra samme fokusgruppe sa at han prøver å spise noe som gir både rask og langsom energi, slik at energien varer over tid. En tredje deltaker fra samme fokusgruppe sa at han noen ganger tar med mat hjemmefra i stedet for å kjøpe i kiosken:

D4: (...) Noen ganger tar jeg med brødsriver hjemmefra. For det er jo, det ikke all mat på cuper som er bra før kamp og sånn (...)

D5: Det er mye kaker og sånt da

D4: Pølser og

D5: Ja, og det er kanskje ikke optimalt før en kamp... kanskje man burde ha med bra mat hjemmefra da

I: Ja, så dere tenker litt på hva dere spiser før kamp..?

D5: Ja, det er viktig (...) For å få best energi (...) Ikke brus og sånn!

- Gutter, 13-14 år, fokusgruppe 2

To deltakere sa at trenerne er nøye på hva og når spillerne spiser, og at de er opptatt av at spillerne skal spise regelmessig. Trenerne og spillerne hadde en regel om at spillerne ikke skulle spise innen tretti minutter før en kamp, da det kunne påvirke prestasjonen like dårlig som hvis man spiste lite eller ingenting.

4.3 Erfaringer med mattilbudet på idrettsarenaen

Deltakerne hadde ulike erfaringer med mattilbudet på idrettsarenaen. To deltakere fra en av fokusgruppene var fornøyde med maten som tilbys, men sa det kunne vært fint med flere sunne alternativer til å spise etter trening. En deltaker syntes det var et godt utvalg å velge mellom tatt i betraktning at det «bare» er en kiosk, og mente at man får de næringsstoffene man trenger. To deltakere sa at det var mye usunn mat som burgere og pølser som selges på idrettsarenaen, og at dette som regel var den mest populære maten. Spesielt var det mye av dette på cuper, hvor det gjerne var store telt med grillmat. Dette sa også deltakere fra to andre fokusgrupper, hvor de syntes det var mye «tung» mat som burger og pølser. De syntes at dette var vanskelig å fordøye, gir luft og smerter i magen, og at kroppen ikke fungerer like bra som når man spiser mer lett mat. De ønsket derfor mat som er lettere å fordøye, samt er praktisk og enkelt/går raskt å spise. Videre kom de med forslag til mat de gjerne skulle hatt i kiosken, som

for eksempel frukt, bær, energi/proteinbarer, wraps, kjeks, smoothie, juice, nøtter, kylling, varmmat, og ulike varianter av salater. To deltakere sa også at det gjerne skulle vært et større utvalg av bagetter og brødsiver i stedet for pølser og vafler. De sa at når de har lengre tid/pause mellom kamper, kan de spise mat som er mer mettende, nettopp fordi de har bedre tid til å fordøye maten.

Deltakere fra en av fokusgruppene sa at de hadde opplevd for varm eller for kald mat og drikke ved servering, på grunn av ugunstig eller feil oppbevaring. De hadde for eksempel fått romtemperert sjokolademelk og brus fordi den ikke ble oppbevart i kjøleskapet. Videre fortalte de at vaflene som serveres i kiosken ofte var kalde når de fikk dem og at de skulle ønske at vaflene var varme, sånn som de foretrekker dem.

Fire deltakere fra samme fokusgruppe sa at det på cuper er middagsbuffet med mat som er tilpasset alle. Smaken på maten er ikke nødvendigvis så god, men det er spiselig. Tre deltakere fra en annen fokusgruppe beskrev mattilbudet på cuper som smakløst og enkelt, hvor middagen gjerne var basert på hermetisert og halvfabrikata mat som varmes opp, tørr kylling og hardt brød. En av dem ville heller valgt å spise brødskive med gulost framfor middagen på cup.

Noen av deltakere opplevde at maten som ble solgt i kioskene var mer rettet mot tilskuere enn spillere. Dette gjaldt spesielt store cuper hvor det ofte er flere tilskuere enn spillere. Eksempel på dette presenteres i følgende utsagn:

DI: De må også tenke litt på spillerne sin mat og ikke tilskuerne sin mat

I: Ja, opplever du at det (maten) er retta mer mot publikum enn mot de som spiller?

DI: Ja det er jo lettest å lage sånn pølser og pizza og sånn (...) Og det selger mer og (...) Det selger også mye mer enn frukt og.. Det er sikkert for at folk kjøper, så er det jo mere tilskuere enn spillere på sånne store cuper

- Gutt, 13-14 år, fokusgruppe 2

4.4 Faktorer som påvirker hva som kjøpes i kiosken

Deltakerne nevnte flere faktorer som påvirker hva slags mat de kjøper i kiosken. Mange sa at matvareprisene var ganske høye, og flere deltakere kjøpte vanligvis det billigste alternativet dersom de kjøpte noe i kiosken. En deltaker fortalte at han for det meste hadde med seg mat på idrettsarrangementer for å unngå å bruke penger i kiosken. Fire deltakere sa at de i

utgangspunktet ikke benyttet seg av kiosken på hverdager, men at de gjerne kjøpte noe i kiosken på cuper i helgene. Flestparten av deltakerne sa at de går til matbutikken for å kjøpe mat i stedet for kiosken, da dette er billigere. En deltaker sa at foreldrene deres ofte kjøper mat på butikken for spillerne, slik at de slipper å bruke penger:

D5: Men foreldrene er veldig flinke til å, på cuper og sånn til å kjøpe inn mat til oss sånn at vi får gratis og sånn på cuper (...) Så de liksom kjøper inn sånn.. sånn at vi får i oss mat (...) Sånn at vi slipper og gå på butikken eller, bruke masse penger i kiosken liksom

- Jente, 13-14 år, fokusgruppe 4

Andre faktorer som så ut til å påvirke deltakernes matvalg var det begrensede utvalget av mat i kiosken med få sunne alternativer:

D2: Ja.. eehm, ja det er liksom, eh det er ikke, altså det er ikke så veldig sunne ting i kiosken, men assa jeg vet ikke hvor sunt sånn pølse og sånn er, men liksom det sunneste da må liksom være pølse og mellombar, og nudler, jeg vet ikke helt om det er så sunt egentlig, men ja

- Jente, 11-12 år, fokusgruppe 3

En deltaker sa at matvalgene han tok i kiosken var avhengig av årstid og sesong, og sa følgende:

D1: Pølser på vinteren og våren og høsten og sånn.. etter kamper og sånn, når det er mørkt og kaldt og sånn, og da kan det være deilig med varme nudler (...) I stedet for å liksom kjøpe en is midt på vinteren

- Gutt, 11-12 år, fokusgruppe 1

En deltaker sa at det ikke alltid er sunne ting som frister når man er sliten etter trening. Kiosken ved deres klubb hadde nylig begynt å selge slush og annonserte dette med flagg og plakater utenfor klubbhuset og ved kiosken. Hun sa at det er lett å bli fristet av store plakater av slush og fortalte at hun vanligvis kjøper slush, sjokolade eller andre søtsaker fra kiosken:

D2: Mhm, ja for det henger sånne.. eller det er jo ikke stor plakat, men det henger sånne, to sånne flagg med slush rett utenfor kiosken, og da ser man liksom det når man går forbi. Da ser det mye, liksom, bedre å ta det enn en pølse liksom

- Jente, 11-12 år, fokusgruppe 3

En deltaker fra samme fokusgruppe sa at hun noen ganger kan bli fristet av hva andre lagspillere kjøper, og kjøper det samme som dem. Hvis noen kjøper slush som ser veldig godt ut, frister det mer å kjøpe det framfor noe annet. To deltakere fra en annen fokusgruppe sa at de ofte kjøper det samme som andre hvis personen sier det smaker godt. En deltaker sa at hun gjerne kan bli inspirert av hva andre kjøper, men det er ikke sånn at hun lar være å kjøpe noe dersom noen ikke synes det ser godt ut eller ikke liker smaken av det. Flere deltakere sa de ikke gjør noen spesielle vurderinger før de kjøper noe i kiosken, annet enn at de må ha lyst på det de kjøper. En deltaker sa at maten må se fristende ut for at man skal ville kjøpe noe:

D4: Hvis det er god mat da... sånn at det ser fristende ut å spise det (...) det må ikke se ekkelt ut. Da har du ikke lyst til å spise det.

D3: Hvis osten på toasten ikke er smeltet for eksempel ... det har skjedd før

- Gutter, 11-12 år, fokusgruppe 1

Sult var også en faktor som påvirket om deltakerne kjøpte noe i kiosken. En deltaker fortalte at han kjøpte noe i kiosken hvis han ble sulten og ikke hadde med mat hjemmefra. En annen deltaker fortalte hun kjøpte noe i kiosken hvis hun var sulten etter trening. Sult påvirket også hva slags type mat som ble kjøpt i kiosken, og to deltakere sa dette:

D3: Nudler er liksom ikke ordentlig mat

D1: Det er ikke mat liksom. Men det er sånn deilig å ha.. nudler.. hvis du har spilt en kamp eller..

D3: Hvis du er sånn skikkelig sulten så hjelper det. Men sånn vaffel og sånn, det hjelper ikke så veldig

- Gutter, 11-12 år, fokusgruppe 1

4.5 Idrettsarenaen som mulig arena for å fremme sunne matvaner

Alle fokusgruppene fortalte at klubbledelsen, kioskansvarlig og cuparrangørene hadde ansvar for at sunn mat var tilgjengelig på idrettsarenaen. En deltaker sa også at spillerne selv var ansvarlige og at de kan komme med forslag til hva som bør være i kiosken:

D5: Mhm, treneren vår er jo kioskansvarlig, så vi kan jo bare si til henne hvis vi har noen ønsker, så kan jo hun, hvis hun mener det er bra, så kan jo hun bare fikse det liksom

D6: Og hvis ikke så.. hver stemme teller jo. Hvis vi hadde samlet laget og gått til vår leder da på XXXXX (navnet på treningsstedet) og sagt at det her er en ting som bør være i kiosken, så tror jeg nok at vi kunne fått det til

- Jenter, 13-14 år, fokusgruppe 4

En deltaker sa hun synes det er viktig å ha et sunt mattilbud på idrettsarenaen, og at idrettsarenaen bør være en god rollemodell for sunne matvaner. Hun trodde at det også kunne bidra til å opprettholde gode spiserutiner hjemme. En annen deltaker syntes at det ikke var så viktig at det var sunn mat på idrettsarenaen fordi man ikke bruker kiosken hver dag, men sa at det burde være et større utvalg av mat på idrettsarrangementer som varer over tid:

D2: Når man er på ballskole, også er man på cuper og sånn og er der hele dagen, og det liksom baare er vaffel og sånn, da blir det liksom litt usunt til slutt, så det burde kanskje vært litt.. en sånn, èn ting til som er sunt liksom (...) ..bare sånn fordi det blir liksom når man er her en hel dag og spiller kamper hele tida, så er det bare vaffel og pølse liksom, det blir liksom litt mye.. man blir jo lei av det til slutt og..

- Jente, 11-12 år, fokusgruppe 3

To deltakere sa at idrettsarenaen ikke bare bør ha sunn mat og drikke fordi det kan skape press på deltakerne til å *bare* spise sunne ting. De mente det var viktig å ha en balanse mellom sunn og usunn mat. En annen deltaker sa at hun synes det er viktig at det er sunn mat på idrettsarenaen, men at det ikke gjør noe om det innimellom er «hvitt» raffinert toastbrød. Hun mente at det ikke alltid trenger å være fullkornsbrød.

4.6 utfordringer med og eventuelle forslag til å få et bedre mattilbud på idrettsarenaen

En deltaker opplevde at spillerne ikke hadde særlig mye medbestemmelse eller påvirkning i forbindelse med mattilbudet i kiosken. Likevel brydde han ikke så mye om dette da han bodde i nærheten av klubbhuset, og kunne bare gå hjem dersom han ble sulten. Imidlertid sa han at det kanskje kunne vært fint for de spillerne som bor langt unna å ha mulighet til å påvirke mattilbudet. En annen deltaker fra samme fokusgruppe sa at han ikke hadde noen spesiell interesse for å bestemme hva som skal være i kiosken, annet enn at burde være et sunt og næringsrikt mattilbud. Videre mente deltakere fra samme fokusgruppe at det er flere fordeler med å selge usunn mat enn sunn mat:

D1: Det er kanskje litt dyrere med sunn mat, og det er lettere å lage usunn mat, og det selger mere, usunn mat. Eller sånn, det er det folk kjøper (...)

D2: (...) det er mye lettere med usunn

D1: Ja, og de fleste kioskene iallfall tenker jo mest på å få penger inn i klubben (...)

Det er derfor de selger mest sånn usunne ting. Det er jo forståelig da (...)

D4: Sånn usunt holder mye lengre da (...) Sånn sunt det blir jo kanskje fortere sånn dårlig kvalitet (...)

D2: Når de selger mye usunn mat, da vil de ikke bytte det med sunn mat som kanskje selger mindre (...) Hvis det selger veldig bra

- Gutter, 13-14 år, fokusgruppe 2

Deltakere fra en annen fokusgruppe trodde de kunne påvirke mattilbudet i kiosken til det bedre, da treneren deres var kioskansvarlig og sa de kunne spørre henne dersom de hadde forslag til mat kiosken burde tilby. Likevel var de usikre på hvor mye de kunne påvirke, da foreldrene var ansvarlig for å både lage maten og bestemme hva som skulle selges i kiosken. En deltaker fra en annen fokusgruppe sa noe liknende, hvor han opplevde at foreldrene ikke visste hva spillerne ville ha i kiosken. Han mente det kunne hjelpe at foreldrene involverte spillerne i å bestemme hva slags mat som bør selges i kiosken. Videre sa samme deltaker at kiosken deres var veldig liten og at den burde utvides dersom mattilbudet skulle bli bedre, slik at de kunne få plass til mer mat.

5 DISKUSJON

Dette kapittelet består av to deler. I første del blir studiens metode diskutert, og i andre del blir resultatene diskutert og drøftet i forhold til forskningsspørsmålene og eksisterende litteratur.

5.1 Metodediskusjon

5.1.1 Forskningsmetode og gjennomføring av intervjuer

Fokusgruppediskusjon ble sett på som den beste metoden for å besvare forskningsspørsmålet, da denne intervjuformen egner seg å bruke når det er lite kunnskap om temaet (Kvale & Brinkmann, 2015). Deltakerne svarte på hverandres synspunkter og uttalelser som ga moderatoren innsikt i deltakernes tanker og erfaringer med mattilbudet på idrettsarenaen. Denne gruppedynamikken ville man ikke fått med for eksempel individuelle intervju. Noen deltakere var mer aktive enn andre, selv om jeg prøvde å oppmuntre alle til å delta i samtalen. Jeg fikk inntrykk av at deltakerne i alle fokusgruppene var gode venner og hadde en nær relasjon, noe som kan ha gjort det lettere for deltakerne å dele meningene sine. Likevel kan det være at de mest fremtredende synspunktene ledet samtalen, og at de som hadde motstridende synspunkter lot være å dele dette (Thagaard, 2018, s. 93). Jeg hadde liten erfaring med fokusgruppeintervju før prosjektet startet, noe som kan ha begrenset datainnsamlingen og resultert i mindre innholdsrikt datamateriale. Det kan tenkes at en mer erfaren forsker ville ha utledet et rikere datamateriale.

Alle fokusgruppeintervjuene ble gjennomført i rolige omgivelser. Tre av fire intervjuer ble gjennomført i et møterom tilknyttet klubbhuset, og ett intervju hjemme hos en av deltakerne. Sistnevnte trenger ikke nødvendigvis å ha noe å si for resultatene, men siden det skiller seg fra de andre intervjuene det er verdt å nevne. Jeg var alene under intervjuene, noe som kan ha begrenset datainnsamlingen da bare én person stilte oppfølgingsspørsmål. Hvis to moderatorer hadde vært til stede, kunne begge stilt oppfølgingsspørsmål og observert kroppsspråk og andre ikke-verbale observasjoner. Likevel er det ikke sikkert at det ville gitt mer data dersom en person fra prosjektgruppen hadde vært med, da ytre kjennetegn som alder, kjønn og posisjon kan påvirke relasjonen man får til intervjupersoner (Thagaard, 2018, s. 106). Det kan være at deltakerne i denne studien ville følt en større avstand til en av de andre medlemmene i prosjektgruppe, enn meg som student, på grunn av alder og posisjon (Thagaard, 2018, s. 106). Dette er viktige faktorer å tenke på for å redusere avstanden mellom intervjuperson og intervjuer (Thagaard, 2018, s. 106). Likheter eller forskjeller i alder mellom

intervjuer og intervjupersoner har betydning for hvordan vi skaper kontakt med de vi intervjuer, samt hvordan intervjuet forløper (Thagaard, 2018, s. 105). God relasjon mellom intervjuer og intervjupersoner kan gjøre at intervjupersonene åpner seg mer under intervjuet, og som dermed kan gi mer verdifull data (Thagaard, 2018, s. 106). Videre kan det også være at deltakerne ville opplevd intervjusituasjonen mer stressende dersom to moderatorer hadde vært til stede, sammenliknet med bare én moderator.

5.1.2 Utvalg og rekruttering

Prosjektgruppen hadde på forhånd siktet mot å ha 4-6 fokusgruppeintervjuer, med 4-6 deltakere i hver fokusgruppe, men vi var åpne for flere eller færre avhengig av *informasjonsstyrken* utvalget hadde (Malterud, 2017, s. 63). Informasjonsstyrke i utvalget er avhengig av hvor god informasjon intervjuene gir om problemstillingen man har (Malterud, 2017, s. 63-64). Dersom deltakerne har god informasjonsstyrke trenger man færre deltakere/intervjuobjekter, og motsatt, dersom deltakerne har dårlig informasjonsstyrke trenger man flere intervjuobjekter. Utvalget ga mye god og variert informasjon, men dette variere litt mellom de ulike fokusgruppene. En av fokusgruppene gikk noen ganger utenfor tema og snakket om ting som var irrelevant for problemstillingen, mens andre deltakere snakket lite og hadde mindre å dele ved spørsmålene som ble stilt. Det kan hende at flere fokusgruppeintervjuer/deltakere kunne gitt ytterligere informasjon om tematikken, men det kunne da vært fare for at datamaterialet ville blitt stort og uoversiktlig, og gjort analysen overfladisk (Malterud, 2017, s. 63-64). Mengden tid og ressurser for prosjektet var også en naturlig begrensning for utvalgets størrelse (Thagaard, 2018, s. 59).

Vi anså ungdommer som en viktig gruppe å intervjuer, da det ikke er gjort studier som ser på ungdommers erfaringer med mattilbudet på idrettsarenaen. Ved en eventuell endring av mattilbudet på idrettsarenaen vil det være viktig med kunnskap fra alle brukere av idrettsarenaen, inkludert ungdom som utgjør en stor andel av brukerne. Alle deltakerne ble rekruttert gjennom sine trenere, hvor de som hadde lyst til å delta fikk det. Unntaket var fire deltakere som ble rekruttert av en av prosjektmedlemmene. Den ene deltakeren var prosjektmedlemmets sønn og resterende deltakere var sønnens lagspillere/kamerater. Det ble altså benyttet et strategisk utvalg hvor deltakerne valgte selv om de ville være med (*utvelging ved selvseleksjon*). Deltakernes motivasjon for å delta i studien kan ha variert. En av fokusgruppene fikk pizza og brus etter intervjuet, da treneren trodde dette ville gjøre rekrutteringen enklere. Det er vanskelig å si om deltakerne ville ha deltatt dersom de ikke

hadde fått dette etterpå. Det er usikkert om dette kan ha påvirket resultatene intervjuet ga. Jeg opplevde ikke at intervjuet skilte seg fra de andre intervjuene, og intervjuet bidro med innholdsrik data. Det er vanskelig å si hvor mye informasjon deltakerne hadde om intervjuets tema, og forskningsprosjekt generelt, i forkant av intervjuet. Jeg fikk inntrykk av at noen deltakere hadde noe bakgrunnsinformasjon, mens andre ikke. En av deltakerne fra fokusgruppen som fikk pizza og brus sa at han ikke visste hva de skulle gjøre, men at han bare ble bedt om å møte på fotballbanen med lagkameratene for å spise pizza.

5.1.3 Forskerens rolle

Jeg forsøkte å gå inn i forskningsprosjektet med så åpent sinn som mulig for å begrense at forutinntatte holdninger til temaet påvirket intervjuene og datamaterialet. Når man går inn i et forskningsprosjekt, er det naturlig å ha noe bakgrunnsinformasjon om temaet man studerer, og det er nesten uunngåelig å ikke ta med denne informasjonen eller kunnskapen inn i prosjektet (Malterud, 2017, s. 44-45). Ved å være klar over dette og ha en refleksiv holdning til eget arbeid, kan man redusere at ens egne fordommer og skjevheter påvirker resultatene (Malterud, 2017, s. 19; NEM, 2019). Før hvert intervju prøvde jeg å bli litt kjent med deltakerne ved å introdusere meg selv og lot dem presentere seg med navn. Videre snakket vi litt «løst og fast» om blant annet hvor lenge de hadde drevet med sporten sin, og hvor ofte de trente og hadde kamper. Dette for å skape en avslappet, trygg og hyggelig atmosfære. Jeg sa tydelig at hensikten med intervjuet ikke var å vurdere eller dømme deltakernes svar, og at ingen svar var «riktig» eller «feil». De ble oppfordret til å snakke fritt og bare være seg selv. Min bakgrunn fra samfunnsnærings kan ha påvirket deltakerens svar på den måten at de kan ha svart det de trodde jeg ønsket å høre, eller «pynte på sannheten» for å få ting til å høres bedre ut.

5.1.4 Utvikling av intervjuguide

For å sikre at alle temaer vi ønsket å snakke om ble belyst, ble en semistrukturert intervjuguide utviklet. Dette gjorde at jeg kunne være fleksibel med rekkefølgen av spørsmålene, men likevel holde meg innenfor temaet (Thagaard, 2018, s. 91). Intervjuguiden ble fulgt nøye i starten, men etter hvert som jeg fikk mer erfaring ble jeg mer løst fra intervjuguiden, og stilte spørsmålene i forskjellig rekkefølge ut ifra hva som passet best i intervjuet. Dette ga mer flyt, og gjorde at det hele opplevdes mer som en samtale mellom meg og deltakerne. Det ble gjort små justeringer i intervjuguiden etter pilotintervjuet, blant annet

endringer på setningsoppbygging og rekkefølgen på enkelte spørsmål. Det ble ikke gjort endringer på tema eller lagt til flere spørsmål. Det betyr at alle fokusgruppene ble stilt de samme spørsmålene, men med litt ulik rekkefølge. Det var en åpen formulering av spørsmålene for å ikke legge føringer for svarene (Thagaard, 2018, s. 97). Noen ganger virket det som at deltakerne ikke forstod enkelte spørsmål, da deltakerne ikke svarte eller visste hva de skulle si. Jeg forsøkte å omformulere spørsmålene i håp om at deltakerne skulle forstå, men det kan da være at spørsmålene ble noe ledende. Oppfølgingsspørsmålene kan også ha vært noe ledende, da dette ofte var ja/nei-spørsmål. Likevel var dette spørsmål som var viktig å stille, de bidro til å bekrefte eller avkrefte hva deltakerne mente i de situasjonene hvor dette var uklart.

5.1.5 Analysemetode

Tematisk analyse ble valgt som analysemetode da den blir beskrevet som en fleksibel metode å bruke, og som gir en rik og detaljert redegjørelse av data (Nowell et al., 2017). Tematisk analyse er ansett som en relativt lett metode å lære seg da den har en enkel framgangsmåte, og den blir gjerne anbefalt for førstegangsforskere innen kvalitativ metode (Braun & Clarke, 2006). Dette var en fordel for meg som hadde lite erfaring med kvalitativ forskning.

Ulempene med tematisk analyse blir synlig når den sammenliknes med andre analysemetoder for kvalitativ forskning (Nowell et al., 2017). Tematisk analyse blir beskrevet som en lite anerkjent analytisk metode, og har sjelden blitt verdsatt like mye som andre metoder som for eksempel *databasert teoriutvikling* (grounded theory), *etnografi* eller *fenomenologi* (Nowell et al., 2017). Mange har hevdet at tematisk analyse er en prosess som brukes i mange kvalitative metoder, og at det dermed ikke er en *egen* metode, men noe som brukes for å hjelpe forskere i analyseprosessen (Nowell et al., 2017). Videre kan mangelen på betydelig litteratur om tematisk analyse, gjøre at nybegynnere føler seg usikre på hvordan man skal gjennomføre denne analysemetoden (Nowell et al., 2017). Det er også en risiko for at egne synspunkter påvirker tolkninger og vinklingen av dataene, da forskeren selv velger hvilket datamateriale som skal svare på problemstillingen (Braun & Clarke, 2006). Kanskje tillegger man enkelte data mer verdi enn andre fordi det kan svare på forskningsspørsmålet. Dette kan gjøre at andre potensielle interessante og relevante funn, ikke blir fremhevet i like stor grad (Braun & Clarke, 2006).

5.1.6 Studiens reliabilitet og validitet

For å vurdere kvaliteten på de ulike delene av forskningsprosessen er det valgt å bruke reliabilitet og validitet (Thagaard, 2018).

Reliabilitet handler om forskningens pålitelighet og er knyttet til beskrivelse av forskningsprosessen og grad av åpenhet om hvordan dataene har kommet frem (Thagaard, 2018, s. 181). For å sikre reliabilitet i denne oppgaven er det forsøkt å gjøre hele forskningsprosessen transparent ved å være nøyaktig og detaljert i beskrivelsen av framgangsmåten som ble brukt for å utvikle data, slik at leseren vet hva som er gjort (Thagaard, 2018, s. 187-189). For å utdype poenger i resultatene, ble det benyttet direkte sitater fra intervjuene, samt eksempel på utarbeidelse av koder, subtema og hovedtema. Slik kan leseren selv avgjøre hvorvidt sitatene støtter studiens funn. Videre er reliabiliteten styrket ved å at flere forskere har vært med på avgjørende beslutninger i forskningsprosessen og evaluert framgangsmåten av hvordan dataene er kommet fram (Thagaard, 2018, s. 188).

Validitet handler om gyldigheten/troverdigheten til resultatene som utledes og forskernes tolkninger av disse (Thagaard, 2018, s. 189). Det handler om i hvilken grad en metode undersøker det man ønsker å undersøke, og i hvilken grad observasjonene klarer å reflektere det man ønsker å finne ut av (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 276; Nyeng, 2012, s. 109). Validiteten kan styrkes ved at en annen forsker kritisk vurderer den analytiske prosessen (Thagaard, 2018, s. 189). Vi skiller gjerne mellom intern og ekstern validitet, hvor intern validitet handler om i hvilken grad resultatene er gyldige for utvalget og temaet som er utforsket (Malterud, 2017, s. 23-24). Ekstern validitet handler om i hvilken grad resultatene fra en studie kan overføres til andre lignende utvalg og situasjoner (Malterud, 2017, s. 23-24).

All transkribering ble gjort av meg. Dette gjorde at jeg ble godt kjent med datamaterialet, noe som var positivt for resten av trinnene i analyseprosessen (Braun & Clarke, 2006). I tillegg kan det redusere grad av skjevhet/feil fordi transkriberingen av intervjuene ble gjort likt. Alle intervjuene ble transkribert ordrett, inkludert ikke-verbale observasjoner, for å gjøre det klart hva som kom fram i intervjuene. Dette gjorde eventuelle endringer av koder lettere, fordi jeg enkelt kunne finne detaljer som hadde betydning for meningsinnholdet i transkriptene. Videre var hovedveileder involvert i hele metode- og analyseprosessen, og subveileder var involvert da subtemaer ble definert. En tredje veileder fra en annen akademisk institusjon vurderte presentasjon av resultatene, noe som kan styrke validiteten (Thagaard, 2018, s. 189). Likevel er det en svakhet at kodingen ble gjort av meg

alene, da det kan ha gitt et smalt syn på tolkningen. Dersom flere forskere hadde deltatt i kodingen og analysen av dataene, kan det være at det hadde resultert i andre resultater og som kunne ha økt studiens troverdighet (Nowell et al., 2017). Det kan være at hovedtemaene som ble utledet, var noe likt som temaene for spørsmålene i intervjuguiden, og at dette kan svekke resultatenes validitet. Imidlertid var spørsmålene i intervjuguiden utviklet på den måten at de kunne svare på forskningsspørsmålene. Dermed tenker jeg at det er naturlig at intervjuguidens spørsmål og hovedtemaene som ble utledet hadde noen fellestrekk.

Vi kan ikke utelukke seleksjonsbias, da deltakerne selv valgte om de ville delta i studien eller ikke (De nasjonale forskningsetiske komiteene, 2015). Det kan dermed være at de som var mest interesserte i kosthold eller i å forbedre kostholdet på idrettsarenaen deltok, og at eventuelle andre viktige synspunkter fra andre idrettsaktive ungdommer ikke kom fram i denne studien. Under fokusgruppeintervjuene forsøkte jeg å stille spørsmålene så likt som mulig, slik at alle deltakerne hadde samme grunnlag for å forstå spørsmålet. Det var også viktig at rammene for intervjusituasjonen var så like som mulig i hvert intervju. Kun deltakere og jeg var til stede, og ingen andre voksne (foreldre, trenere, kioskansvarlig e.l.) som kunne påvirke deltakernes svar. Jeg informerte i forkant av intervjuet at det ikke var noen fasit på svarene og at deltakerne ikke måtte være redd for å si det de ville. Dette for å redusere muligheten for at deltakerne skulle gi svar de tenkte var forventet eller ønsket av meg. Min forforståelse, altså min teoretisk bakgrunn, kunnskap, erfaringer og interesser, kan ha påvirket dataanalysen, da jeg selv var det viktigste verktøyet for tolkning av data (Malterud, 2017, s. 41-45). Min bakgrunn fra samfunnsnæring kan ha påvirket forskningsprosessen og vurderingen av hvilke resultater som var viktig for problemstillingen, samt fremleggelse av konklusjon (Malterud, 2017, s. 41). Det kan tenkes at dataene hadde blitt tolket annerledes dersom jeg for eksempel hadde hatt en annen faglig bakgrunn.

Det ble ikke brukt noen form for triangulering, altså at man kombinerer ulike metoder, design eller perspektiver i samme prosjekt for å utvikle bredere kunnskap om det man studerer (Malterud, 2017, s. 200). I denne studien ble bare én type intervjuform benyttet, og det var bare ett type utvalg som ble intervjuet. For å få mer kunnskap som kunne ha styrket datagrunnlaget som kom frem i fokusgruppeintervjuene, kunne vi for eksempel brukt observasjon som metode i tillegg til fokusgruppeintervjuer. Vi kunne også hatt et bredere utvalg med flere aldersgrupper, som for eksempel barn på 8-10 år og eldre ungdommer på 16-18 år. På grunn av begrensninger som tid, ble ikke denne type triangulering benyttet.

Hvorvidt resultatene fra denne studien kan overføres (ekstern validitet) og være gjeldene for andre klubber i Oslo/omegn eller resten av landet, er usikkert. Det var et lite utvalg som bestod av to fotballklubber og to håndballklubber, som gjør det lite representativt for å kunne si noe om hvordan ungdommer fra andre idretter opplever mattilbudet på idrettsarenaen. Det kan være at ungdommer fra enkelte fotball- og håndballklubber kan kjenne seg igjen, mens ungdommer fra andre idretter ikke gjør det. Det kan også være geografiske forskjeller som gjør at det resultatene kan overføres til håndball- og fotballklubber i Oslo og omegn, men ikke resten av landet. Studien gir likevel verdifull innsikt og kunnskap som kan brukes i videre forskning om mat på idrettsarenaen.

5.2 Resultatdiskusjon

Studiens resultater kan oppsummeres med at det varierte hvorvidt deltakerne var fornøyde med mattilbudet på idrettsarenaen. Mange var fornøyde, mens andre var ikke helt fornøyde og savnet et bredere tilbud av sunn mat som er lett fordøyelig, går raskt å spise og som smaker godt. Deltakerne fikk gjerne usunn mat som belønning etter kamper av foreldre eller seg selv, uavhengig av seier eller tap. Pris, smak, opplevelse av sult, lyst, fristelser og påvirkning fra lagspillere var faktorer som påvirket hva deltakerne kjøpte i kiosken. Mange var opptatt av å spise næringsrikt for å prestere godt under kamper og ved trening. Det var en oppfatning av at sunn mat tar lenger til å lage, krever mer plass, er dyrere, og selger dårligere, enn usunn mat. Deltakerne mente at klubbledelse, kioskansvarlig og cuparrangører er ansvarlig for at det er sunn mat tilgjengelig på idrettsarenaen. Enkelte av deltakerne ønsket mer medbestemmelse på hva som selges i kiosken. Noen mente at idrettsarenaen bør gå fram som et forbilde for sunne matvaner, men at det bør være rom for inntak av både sunn og usunn mat.

5.2.1 Generelle holdninger til kosthold og ernæring

Deltakerne definerte sunn mat med mat som gir næring til kroppen, hvor matvarer som frukt, grønnsaker, fullkornsbrød med kokt egg, havregryn, og proteinkilder som fisk, kylling, kjøtt og bønner, ble nevnt. Videre ble det å ha et variert kosthold fremhevet som sunt. Liknende svar fant en amerikansk kvalitativ studie, som undersøkte amerikanske ungdommers ernæringskunnskap gjennom telefonintervju (Barco Leme et al., 2021). Kvinnelige og mannlige ungdommer i alderen 10-14 år som bodde i Houston, Texas, ble tilfeldig valgt fra en frivillig forskningsdatabase. Studien oppga ikke om ungdommene var idrettsaktive eller ikke.

Ungdommene definerte sunn mat med blant annet frukt, grønnsaker og proteinrike matvarer som ost/meieriprodukter (Barco Leme et al., 2021). Resultatene fra vår studie viser at de spesifikke matvarene er i tråd med matvaregruppene som Helsedirektoratet anbefaler inntak av (Helsedirektoratet, 2019). Samtidig er det ikke i tråd med hvordan norske ungdommers matinntak ser ut, da de har for lavt inntak av blant annet frukt, grønnsaker og fisk (Hansen et al., 2015).

Noen deltakere fortalte at de noen ganger ble belønnet med usunn mat eller drikke fra foreldrene, eller at de selv kjøpte dette etter kamper. Dette var uavhengig av om de vant eller tapte kamper. En jente fortalte for eksempel at hun var blitt lovet sjokolade av faren sin dersom hun scorer x antall mål under en håndballkamp. I studien til Garnweidner-Holme et al. (2021), fortalte foreldre og klubbledelse at kioskmater ofte ble brukt som belønning eller trøst til barna etter kamper, og at barna hadde en forventning om å få noe i kiosken (Garnweidner-Holme et al., 2021). En kanadisk studie av Shwed et al. (2023) som undersøkte belønning av idrettsdeltakelse blant barn, fant at foreldrene ofte belønnte barna sine med mat dersom de spilte bra. Dette var mat eller snacks som kan kategoriseres som usunn, og som hovedsakelig var energitette og næringsfattige ferdigprodukter (Shwed et al., 2023). Samlet viser resultatene fra disse studiene at barn og unge gjerne belønnes med usunn mat på idrettsarenaen. Dette kan gi miksede signaler om hva slags rolle mat skal ha i deres liv og det kan gjøre at man utilsiktet lærer barn og unge å ty til mat for å håndtere følelser (Jansen et al., 2020). Dette kan øke risiko for blant annet følelsesstyrt spising, som overspising, i voksen alder (Puhl & Schwartz, 2003).

Det ble nevnt at mat som burgere og pølser ofte selges på idrettsarenaen, og at dette som regel er den mest populære maten blant tilskuere og spillere. Spesielt var det mye av denne type mat på cuper, hvor det gjerne var store telt med grillmat. Dette fant også Max & Frivold (2022) i sin kartlegging av mat- og drikketilbud på norske idrettsarenaer, hvor nesten halvparten av de inkluderte idrettslagene (n=301) solgte burger, pølse eller liknende (Max & Frivold, 2022). Det er ikke gjort noen internasjonale kartlegginger av hvilke matvarer det selges mest av på idrettsarenaen, men de studiene som har undersøkt tematikken, har funnet at majoriteten av det som selges og markedsføres av mat og drikke er av usunn karakter (Bragg et al., 2018; Prowse et al., 2018; Thomas et al., 2012). En studie fra Australia og en studie fra USA fant at det i hovedsak er mat som godteri, pizza, pølser, is og chips som tilbys på idrettsarenaen (Kelly et al., 2008; Thomas et al., 2012). En studie fra Canada fant at mat som pølser, fritert mat, juice, kaker og kjeks var det som hovedsakelig ble kjøpt på kanadiske

idrettsarenaer (Naylor et al., 2010). Ser man resultatene fra egen studie og overnevnte studier opp mot matvalgspromodellen av Furst et al. (1996), kan det se ut til at denne type mat blir ansett som normalt å spise på idrettsarenaen/ved idrettsarrangementer (Furst et al., 1996). Det kan tenkes at det er en tradisjon som er integrert i folks personlige matsystem. Hvis denne type mat alltid er blitt servert og spist på idrettsarenaen, er det nærliggende å tro at det er sosialt akseptert og kanskje forventet å spise denne type mat (Furst et al., 1996).

Viktigheten av adekvat ernæring i forhold til prestasjon under trening og kamper ble nevnt flere ganger, og mange deltakere ga uttrykk for at de var bevisste på hva de spiste før og mellom kamper for å prestere best mulig. Mange av deltakerne ga inntrykk av at de hadde god forståelse og kunnskap om mat og ernæring, hvor flere passet på å spise næringsrik og karbohydratrik mat før kamper. Noen tok med næringsrik mat hjemmefra i stedet for å kjøpe mat i kiosken på grunn av dårlig utvalg. Likevel kom det fram at mange av deltakerne gjerne benyttet seg av kiosken i etterkant trening eller kamper, og at det da ofte var søtsaker som ble kjøpt. Det kan tenkes at idrettsaktive ungdommer er mer opptatt av å ha et sunt kosthold enn ikke-idrettsaktive ungdommer, og at man får et bevisst forhold til mat i forbindelse med prestasjon. En systematisk oversikt fra 2011 undersøkte blant annet sammenhengen mellom idrettsdeltakelse og kosthold hos hovedsakelig amerikanske ungdommer (Nelson et al., 2011). De fant at å delta i idrett var forbundet med et høyere inntak av frukt, grønnsaker og melk, men det var også forbundet med et høyere inntak hurtigmat, sukkersøtet drikke og et høyere kaloriinntak, enn ikke-idrettsdeltakelse (Nelson et al., 2011). Oppsummert kan resultatene fra egen studie og overnevnte studie tyde på at idrettsdeltakelse ikke nødvendigvis er synonymt med å ha et utelukkende sunt kosthold, eller at det beskytter en mot å spise usunt.

Deltakere nevnte at trenerne er opptatt av at spillerne skal spise regelmessig og næringsrikt, og at trenerne er nøye med at de ikke skal spise for tett opp til en kamp. Trenerne handlet gjerne inn mat for spillerne, eller var med spillerne på butikken for å passe på at de kjøpte sunn mat. Både trenere og foreldre er viktige forbilder som barn og ungdom ser opp til, og deres holdninger til mat har betydning for hvilke holdninger barn og ungdom får til mat (Mahmood et al., 2021; Thomas et al., 2012). De er viktige formidlere av sunn mat og drikke, hvor barn og ungdom lærer om mat ved å observere deres spiseatferd (Mahmood et al., 2021; Thomas et al., 2012). De kan påvirke barn og ungdommers matvaner i en sunn retning ved å selv ta sunne matvalg (Pearson et al., 2009). Det kan være nyttig å informere trenere og foreldre til idrettsaktive barn og ungdommer om at deres matvalg og holdninger til mat vil ha

innflytelse på barnas og ungdommenes matvaner, og at de derfor bør passe på å være et godt forbilde.

5.2.2 Erfaringer med mat på idrettsarenaen

Deltakerne hadde ulike erfaringer med mattilbudet på idrettsarenaen. noen var fornøyd med maten som tilbys i kiosken, mens andre mente det kunne vært fint med flere sunne alternativer man kan spise etter trening. Flere av deltakerne nevnte at mye av maten som tilbys på idrettsarenaen gir luft i magen og er ofte tung å fordøye, eksempelvis pølser og burger. Olympiatoppen skriver på sin nettside at mat som inneholder mye fett, protein og fiber, tar lengre tid å fordøye og kan føles «tungt» i magen ved aktivitet. Videre tar store mengder mat lengre tid å fordøye enn små mengder mat (Olympiatoppen, u.å.-a). Dette kan tyde på at det er behov for informasjon til kioskleder om hva som er lurt å tilby av mat i kiosken, slik at man kan unngå mageproblemer i forbindelse med trening og kamp. Noen av deltakerne sa det var lite næringsrik mat som godteri, is, vafler, muffins, brus og sjokolade i kiosken på idrettsarenaen. Dette så man også i en systematisk oversikt av Smith et al. (2017), som undersøkte barns og foreldres meninger om matomgivelsene på idrettsarenaen (Smith et al., 2017). De opplevde at det var mye usunn mat på idrettsarrangementer, og mente at det verken bidrar til eller støtter barn i å ta sunne matvalg, ei heller at det bidrar til helse og velvære. De mente at det burde tilbys sunnere alternativer ved idrettsarrangementer og i idrettsmiljøet generelt, og at salg av usunne produkter som for eksempel sukkerholdig brus, burde forbys på idrettsarenaer (Smith et al., 2017).

Deltakere fra en av fokusgruppene opplevde at mat og drikke de kjøpte fra kiosken var for varm eller for kald på grunn av feil eller ugunstig oppbevaring. Dette kan gjenspeile hvilke fasiliteter og ressurser en kiosk har. Store klubber med mange medlemmer har kanskje bedre kioskfasiliteter enn mindre klubber med færre medlemmer. Hvis man for eksempel er medlem av «Arenasalg», som er en aktør som kan benyttes for å øke inntjening til idrettslag, har man mulighet til å låne brusskap og isdisk gratis, samt kjøpe annet utstyr til rabattert pris (Arenasalg, u.å.). Dersom man ikke er medlem av denne aktøren, må idrettslaget selv sørge for innkjøp av denne type kioskfasiliteter, og da vil muligens idrettslagets økonomiske prioriteringer være avgjørende. Videre ble maten på cuper beskrevet som smakløs og enkel, hvor middagen gjerne var basert på hermetisert og halvfabrikata mat, tørr kylling og hardt brød. Dette kan tyde på at de frivillige som lager denne maten kanskje ikke har nok kunnskap om «storhusholdning» og matlaging generelt, at kioskansvarlige kanskje ikke har god nok

kunnskap om riktig oppbevaring av mat og drikke. Kanskje denne utfordringen kunne vært løst ved å tilby kompetanseheving til nøkkelpersoner som har hovedansvar for matlaging og servering på større idrettsarrangementer, og i idrettskiosken ved de enkelte klubbene.

Enkelte deltakere opplevde at maten som ble solgt i kioskene var mer rettet mot tilskuere enn spillere. Denne opplevelsen hadde de fordi pølser, pizza, vafler og burgere var mer solgt enn for eksempel frukt. Dette gjaldt spesielt store cuper hvor det ofte er flere tilskuere enn spillere. I studien til Garnweidner-Holme et al., (2021), fortalte foreldre at kioskmat hadde en sosial betydning for foreldrene, og at de gjerne spiste «kosemat» fra kiosken når barna spilte kamp (Garnweidner-Holme et al., 2021). Dette var matvarer som gjerne ble forbundet med kos, og som ikke ble spist ellers i uken (Garnweidner-Holme et al., 2021). Det samme viste en annen studie, hvor trenere mente at maten hadde stor betydning for den sosiale opplevelsen av å være på idrettsarenaen (McIsaac, Jarvis, Spencer, et al., 2018). Oppsummert kan dette tyde på at det er sosialt akseptert å spise usunn mat på idrettsarenaen, til tross for at det er et sted som burde fremme fysisk aktivitet og sunne helsevaner. Fra et folkehelseperspektiv kan alle brukere av idrettsarenaen, inkludert tilskuere, ha nytte av et sunt mattilbud.

5.2.3 Faktorer som påvirker hva som kjøpes i kiosken

Pris ble nevnt oftest som den faktoren som hadde størst betydning for om deltakerne kjøpte noe i kiosken. Mange kjøpte det billigste alternativet eller hadde med mat hjemmefra for å unngå å bruke penger i kiosken, da kioskvarer ofte var dyrt. Andre kjøpte mat på butikken på grunn av bedre priser og større utvalg av matvarer. Dette ser man også i andre studier, hvor økonomisk begrensning påvirker hva ungdommer kjøper, samt at de tar vurderinger basert på hvor mye verdi (mat) man får for pengene (Daly et al., 2022). Ofte er sunn mat dyrere enn usunn mat, og dersom ungdom skal se verdien av å kjøpe sunn mat, må verdien på denne maten være lik den ansette verdien til usunn mat (Daly et al., 2022). En amerikansk studie fant at ungdommer er sensitive mot pris, og at dersom frisk frukt og grønnsaker er rabattert, vil sannsynligheten øke for at ungdommer kjøper dette (Story et al., 2002). En 50 % prisreduksjon på fersk frukt og grønnsaker i kantiner på videregående skoler, økte ukentlig salg fra to til fire ganger i løpet av en periode på tre uker (Story et al., 2002). Dette viser effekten av pris på ungdommers matvalg, og det kan tenkes at prisreduksjon kan benyttes som et middel for å få opp salg av sunne produkter på idrettsarenaen.

Opplevelse av sult, smak og at noe frister ble også nevnt som viktige faktorer for hva deltakerne kjøpte i kiosken. Dette finner vi også i litteraturen, hvor blant annet smak er en av de viktigste faktorene for matvalg, og som fungerer som både en barriere og tilrettelegger for inntak av sunn mat (Kebbe et al., 2017; Neumark-Sztainer et al., 1999; Shepherd et al., 2006; UNICEF, 2019). Ungdom har en tendens til å foretrekke søt smak framfor bitter smak, mens voksne i større grad tolererer mat med bitter smak. Mest sannsynlig er dette på grunn av at voksne gjerne har høyere bevissthet om de positive helseeffekter av mat med bitter smak og de negative helseeffektene av mat med søt smak (sukkerrike matvarer) (Daly et al., 2022). Hos ungdom har faktorerer som smak og sensorisk belønning en høyere prioritet enn sunnhet og matens helsefordeler, og de har derfor lettere for å velge søt mat framfor bitter mat (Daly et al., 2022). Mat som anses som sunn blir også ofte antatt som å smake dårlig, og ungdommer kan ha vanskeligheter med å motstå fristelsen av usunn mat da dette er en mer foretrukket smak (Daly et al., 2022). Videre kan tilstedeværelse av usunn mat gjøre det vanskeligere å ta sunne valg, selv om den sunne maten også er god på smak. Dette er fordi fristelsen av usunn og gjerne bedre smakende mat, gjør det vanskeligere for ungdom å velge det sunne alternativet når man har et sunt og usunt alternativ (Daly et al., 2022; Kebbe et al., 2017). Smak, sensorisk appell og fristelser henger altså sammen og interagerer med hverandre når ungdommer skal ta matvalg. Dersom det *bare* hadde vært sunne alternativer i idrettskiosken, kan det tenkes at det ville vært lettere for ungdommer å ta et bedre ernæringsmessig valg fordi de ikke ville vært utsatt for konkurrerende usunne fristelser.

Markedsføring av ulike matvarer ble også trukket fram som noe som påvirket matvalg. Eksempelvis hadde kiosken til en av de inkluderte idrettsklubbene nylig fått inn slushmaskin og markedsførte dette med mindre plakater og vimpelflagg utenfor kiosken. Dette gjorde at flere av deltakerne ble fristet til å kjøpe slush i forbindelse med trening, og enkelte ble fristet av hverandre dersom noen kjøpte slush. Det er godt etablert at markedsføring av usunn mat påvirker ungdommers matvalg (Harris et al., 2021; Scully et al., 2012), og at barn og ungdommer er sårbare for denne type markedsføring (Tsochantaridou et al., 2023). Ifølge studier er majoriteten av produktene som blir markedsført på idrettsarenaen energitette og næringsfattig (Bragg et al., 2018; Prowse et al., 2018; Thomas et al., 2012). Dette sender blandede signaler om at idrettsarenaen fremmer fysisk aktivitet, men samtidig oppfordrer til inntak av usunn mat (Bragg et al., 2018; Shwed et al., 2023). Videre kan ungdommer bli påvirket av hva andre jevnaldrende kjøper (Story et al., 2002). Ungdommer har et behov for å bli bekreftet fra andre på samme alder, og det antas derfor at jevnaldrendes innflytelse og

gruppekonformitet har betydning for matvarevalg (Story et al., 2002). Det kom fram i alle intervjuene i egen studie at idrettskiosken hadde et begrenset mattilbud med få sunne alternativer. Det i seg selv er en faktor som begrenser valgalternativer, og det kan tenkes at det i lengden kan ha et negativt helseutfall hvis man bruker kiosken mye.

Hvis vi ser på noen av de overnevnte faktorene som påvirker matvalg i kiosken; pris, smak, fristelser, bekvemmelighet og sunnhet, i lys av matvalgsprosessmodellen av Furst et al., (1996), kan disse faktorene passe inn i, blant annet, *personlig matsystem*, som er en av hovedkomponentene i modellen. Faktorene kan passe inn i følgende verdier; *sanseinntrykk* – ungdommene sa de måtte ha lyst på maten og at den må smake godt, *økonomiske hensyn* – pris var en avgjørende faktor og ungdommene kjøpte gjerne det som var billigst, *bekvemmelighet* – ungdommene foretrakk at maten var rask og enkel å spise, og til slutt, *helse/ernæring* – ungdommene tok sunne matvalg i forbindelse med trening og kamper for å prestere best mulig (Furst et al., 1996). Videre vil det at det er et begrenset mattilbud være en del av *kontekster* som går under hovedkomponenten *påvirkninger* i matvalgsprosessmodellen. Det refererer til de overordnede fysiske omgivelsene og samfunnsmessige miljøfaktorene som påvirker individers matvalg, hvor matsystemet har stor betydning for hvilke matvarer som er tilgjengelig på ulike steder, og hvordan de tilberedes og spises (Engeset et al., 2019, s. 159; Furst et al., 1996; Sobal et al., 2006).

5.2.4 Idrettsarenaen som mulig arena for å fremme sunne matvaner

Alle fokusgruppene mente at klubbledelsen, kioskansvarlig og cuparrangører hadde ansvar for at det var sunn mat tilgjengelig på idrettsarenaen. Enkelte deltakere mente det var viktig å ha et sunt mattilbud på idrettsarenaen, og at idrettsarenaen bør være en god rollemodell for sunne matvaner. I studien til Garnweidner-Holme et al. (2021) mente foreldrene at Norges Håndballforbund eller Norges Idrettsforbund burde ha et overordnet ansvar, og at klubbene selv var ansvarlig for hva som ble tilbudt i deres egen idrettskiosk (Garnweidner-Holme et al., 2021). I en kanadisk studie fra 2018 mente ledere av idretts- og fritidsarenaer at det var opp til hvert enkelt individ å ta sunne matvalg på idrettsarenaen, og de stilte seg kritiske til å bytte ut den usunne maten med sunnere mat, da usunn mat ga god fortjeneste (McIsaac, Jarvis, Spencer, et al., 2018). En annen studie ledet av samme forfatter undersøkte om bruk av frivillige retningslinjer for matservering i rekreasjons- og idrettsmiljøer ville øke tilbudet av sunn mat (McIsaac, Jarvis, Olstad, et al., 2018). Resultatene viste at bruk av frivillige retningslinjer alene ikke var tilstrekkelig for å forbedre matomgivelsene i disse miljøene

(McIsaac, Jarvis, Olstad, et al., 2018). Matomgivelsene vil påvirker hvilke holdninger, normer og assosiasjoner vi har til mat i ulike settinger (Furst et al., 1996; Sobal et al., 2006). Slik som matomgivelsene er på ulike idrettsarenaer både i Norge og ellers i verden, kan det se ut som at dette er matomgivelser som ikke nødvendigvis fremmer sunne spisevaner og sunne holdninger til mat i forbindelse med fysisk aktivitet (Kelly et al., 2008; Westberg et al., 2021). Det kan tenkes at det hadde vært nyttig å stille krav til Norges Idrettsforening og de lokale klubbene om hvordan matomgivelsene på idrettsarenaen bør være. For eksempel kunne man ha utviklet og innført nasjonale faglige retningslinjer for mat og måltider på idrettsarenaen, på samme måte som det er nasjonale faglige retningslinjer for mat og måltider barnehage og skole (Helsedirektoratet, 2015, 2018).

5.2.5 Utfordringer med og eventuelle forslag til å få et bedre mattilbud på idrettsarenaen

Noen av deltakerne mente at utfordringer med å få til et bedre mattilbud på idrettsarenaen var at det er vanskeligere å lage sunn mat enn usunn mat, og at sunn mat har kortere holdbarhetstid, og at det dermed blir fortere dårlig. Videre ble det nevnt at usunn mat selger bedre enn sunn mat, og at det kan gjøre det vanskelig å bytte det ut med sunn mat, da god inntjening til klubben var viktig. Studien til McIsaac, Jarvis, Spencer, et al. (2018) viste at ledere for idrettsklubber var bekymret for dårlig inntjening dersom de byttet ut usunn mat med sunn mat (McIsaac, Jarvis, Spencer, et al., 2018). Videre finner vi holdninger om at tilberedning av sunn mat tar lenger til å lage, og krever mer utstyr og plass enn usunn mat, og utfordringer som redusert fortjeneste og kort holdbarhet på sunne matvarer begrenser salget av dette (Garnweidner-Holme et al., 2021; Naylor et al., 2010).

For å få til et bedre mattilbud på idrettsarenaen, foreslo deltakerne at de selv kan inkluderes i å bestemme hva som skal selges av mat i kiosken. Noen av deltakerne uttrykte at foreldrene/kioskansvarlig kanskje ikke vet hva spillerne vil ha i kiosken, og at de gjerne ville hjelpe til å bestemme hva som skulle være der. Når man skal planlegge intervensjoner eller utvikle tiltak, er det lurt å inkludere brukergruppen for at intervensjonen/tiltaket skal bli mest mulig tilpasset målgruppen og vellykket i sin helhet. Spesielt viktig er dette når man planlegger intervensjoner for ungdommer (Engeset et al., 2019, s. 77). Et annet forslag deltakerne hadde var å utvide kiosken for å kunne ha plass til flere varer. Fokusgruppen som foreslo dette, tilhørte et idrettslag som hadde en liten kiosk. Dermed var det begrenset hva de hadde mulighet til å lage og hva de kunne tilby. Dette ble også nevnt i studien til Garnweidner-Holme et al., (2021), hvor enkelte idrettslag bare hadde en liten luke eller et lite

område hvor de kunne lage mat, mens andre idrettslag hadde store kjøkken med tilgang til utstyr som gjorde det mulig å ha et større mattilbud i kiosken (Garnweidner-Holme et al., 2021).

Oppsummert kan det tyde på at holdninger om at sunn mat er vanskeligere å lage enn usunn mat, kan begrense tilberedelse og salg av sunn mat. Kanskje ville formidling av oppskrifter på enkle, sunne og gode matretter vært et tiltak for å bidra til økt salg og tilbud av sunn mat på idrettsarenaen, samt kunnskapsformidling om gode løsninger for oppbevaring og tilberedning som ikke krever mye plass. Videre kan forslag til tiltak for å bedre matomgivelsene på idrettsarenaen være å legge rette for at det er et mattilbud som tilfredsstillende de avgjørende faktorene som påvirker ungdommers matvalg. For eksempel kan man redusere prisene på sunne matvarer, øke prisene på usunne matvarer, tilby mat som er enkel og rask å spise, og ha et variert tilbud av sunn mat - både større hovedmåltider og mindre mellommåltider som kan spises før og mellom kamper. Videre kan man redusere markedsføring av usunne produkter, slik at barn og ungdom ikke blir eksponert for og påvirket av dette. Til slutt kan man vurdere å inkludere ungdommene i å være med på å bestemme hva som skal tilbys i de lokale kioskene.

6 KONKLUSJON

Hensikten med denne studien var å få mer kunnskap om idrettsaktive ungdommers opplevelser av mattilbudet på idrettsarenaen, og hva som påvirker matvalgene de tar her. Resultatene viste at det varierte hvorvidt deltakerne var fornøyde med mattilbudet eller ikke. Mange savnet et bredere tilbud av sunn mat som er lett å spise, smaker godt og er lett å fordøye. Pris, smak, opplevelse av sult, fristelser, sunnhet og påvirkning fra lagspillere, påvirket hva deltakerne kjøpte i kiosken. Det var en oppfatning av at sunn mat tar lenger til å lage, krever mer plass, er mer kostbart og selger dårligere enn usunn mat. Ungdommene mente at blant annet klubbledelse er ansvarlig for at det er sunn mat tilgjengelig på idrettsarenaen, og at idrettsarenaen bør være et forbilde for sunne matvaner.

Funnene i denne oppgaven kan tyde på at ungdom ønsker et sunnere mattilbud på idrettsarenaen. Forslag til tiltak kan være å legge rette for at det er et mattilbud som tilfredsstillende de avgjørende faktorene som påvirker ungdommers matvalg. Man kan utvikle og innføre nasjonale retningslinjer for mat og måltider på idrettsarenaen, og formidle kunnskap til kioskansvarlige og andre frivillige som lager mat på idrettsarrangementer. Dette kan bidra til sunnere matomgivelser som kan støtte både barn og ungdommer i å ta gode matvalg på idrettsarenaen, og som kan ha stor betydning for deres helse og matinntak.

Forslag til videre forskning

Det kunne vært nyttig å få kunnskap om hvordan implementering av ulike tiltak påvirker kostholdet hos barn og ungdommer på idrettsarenaen. Eksempelvis kunne man prøvd ut ulike tiltak, for så å utvikle retningslinjer for mat og måltider på idrettsarenaen.

7 REFERANSELISTE

Aktivitetsguiden. (U.å.). *Min rolle som foresatt i idretten*.

<https://www.aktivitetsguiden.no/episoder/min-rolle-som-foresatt-i-idretten>

Arenasalg. (u.å.). *Startpakke / salgsmateriell*. <https://www.arenasalg.no/startpakke--salgsmateriell/>

Bakken, A. (2019). *Idrettens posisjon i ungdomstida, Hvem deltar og hvem slutter i ungdomsidretten?* Norsk institutt for forskning om oppvekst, velferd og aldring (NOVA). OsloMet. <https://oda.oslomet.no/oda-xmlui/bitstream/handle/20.500.12199/1298/NOVA-Rapport-2-2019-Idrettens-posisjon-i-ungdomstida-25-februar-2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

BAMA. (u.å.-a). *Eat Move Sleep* <https://www.bama.no/eatmovesleep/eat-move-sleep/>

BAMA. (u.å.-b). *Idrettsfrukt* <https://www.bama.no/eatmovesleep/idrettsfrukt/>

Barco Leme, A. C., Fisberg, R. M., Baranowski, T., Nicklas, T., Callender, C. S., Kasam, A., Tucunduva Philippi, S. & Thompson, D. (2021). Perceptions About Health, Nutrition Knowledge, and MyPlate Food Categorization Among US Adolescents: A Qualitative Study. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 53(2), 110-119.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jneb.2020.11.008>

Bragg, M. A., Roberto, C. A., Harris, J. L., Brownell, K. D. & Elbel, B. (2018). Marketing Food and Beverages to Youth Through Sports. *Journal of Adolescent Health*, 62(1), 5-13. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2017.06.016>

Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>

Braun, V. & Clarke, V. (2012). *Thematic analysis*. I. American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/13620-004>

Daly, A. N., O'Sullivan, E. J. & Kearney, J. M. (2022). Considerations for health and food choice in adolescents. *Proceedings of the Nutrition Society*, 81(1), 75-86.
<https://doi.org/10.1017/S0029665121003827>

De nasjonale forskningsetiske komiteene. (2014, 10.10.2014). *Regionale komiteer for medisinsk og helsefaglig forskningsetikk (REK)*. <https://www.forskningsetikk.no/om-oss/komiteer-og-utvalg/rek/>

De nasjonale forskningsetiske komiteene. (2015, 23.06.2015). *Bias* <https://www.forskningsetikk.no/ressurser/fbib/uavhengighet/bias/>

Engeset, D., Torheim, L. E. & Øverby, N. C. (2019). *Samfunnsnærings*. Universitetsforl.

- Forbrukerrådet. (2019). *Ung og utsatt for usunn reklame* <https://fil.forbrukerradet.no/wp-content/uploads/2019/02/ung-og-utsatt-for-usunn-reklame-rapport-om-digital-markedsforing-av-mat-og-drikke-28-februar-2019.pdf>
- Fredheim, G. O. (2018, 27. nov 2018). *Det utføres 58 millioner dugnadstimer i norsk idrett hvert år*. Norges Idrettsforbund <https://www.idrettsforbundet.no/nyheter/arkiv/det-utføres-58-millioner-dugnadstimer-i-norsk-idrett-hvert-ar/>
- Furst, T., Connors, M., Bisogni, C. A., Sobal, J. & Falk, L. W. (1996). Food Choice: A Conceptual Model of the Process. *Appetite*, 26(3), 247-266. <https://doi.org/https://doi.org/10.1006/appe.1996.0019>
- Garnweidner-Holme, L., Haugland, H. S., Joa, I., Telle-Hansen, V. H., Gjevestad, G. O. & Myhrstad, M. C. W. (2021). *Facilitators and barriers to healthy food selection at children's sports arenas in Norway: a qualitative study among club managers and parents*. *Public Health Nutrition*, 24(6), 1552-1558. <https://doi.org/10.1017/S1368980020003985>
- Hansen, L. B., Myhre, J. B., Johansen, A. M. W., Paulsen, M. M. & Andersen, L. F. (2015). *UNGKOST 3, Landsomfattende kostholdsundersøkelse blant elever i 4. -og 8. klasse i Norge* Folkehelseinstituttet. <https://www.fhi.no/globalassets/dokumenterfiler/rapporter/2016/ungkost-rapport-24.06.16.pdf>
- Harris, J. L., Yokum, S. & Fleming-Milici, F. (2021). Hooked on Junk: Emerging Evidence on How Food Marketing Affects Adolescents' Diets and Long-Term Health. *Current Addiction Reports*, 8(1), 19-27. <https://doi.org/10.1007/s40429-020-00346-4>
- Helse- og omsorgsdepartementet. (2017). *Nasjonal handlingsplan for bedre kosthold (2017–2021)*. H.-o. omsorgsdepartementet. https://www.regjeringen.no/contentassets/fab53cd681b247bfa8c03a3767c75e66/handlingsplan_kosthold_2017-2021.pdf
- Helse- og omsorgsdepartementet. (2023). *Folkehelsemeldinga 2022-2023 - Nasjonal strategi for utjamning av sosiale helseforskjellar*. Regjeringen. <https://www.regjeringen.no/contentassets/918eb71926fc44c8802fe3c2e0b9a75a/nn-no/pdfs/stm202220230015000dddpdfs.pdf>
- Helsedirektoratet. (2012). *Anbefalinger om kosthold, ernæring og fysisk aktivitet*. <https://www.helsedirektoratet.no/rapporter/anbefalinger-om-kosthold-ernaering-og-fysisk-aktivitet/Anbefalinger%20om%20kosthold%20ern%C3%A6ring%20og%20fysisk%2>

[0aktivitet.pdf/ /attachment/inline/2f5d80b2-e0f7-4071-a2e5-3b080f99d37d:2aed64b5b986acd14764b3aa7fba3f3c48547d2d/Anbefalinger%20om%20kosthold%20ern%C3%A6ring%20og%20fysisk%20aktivitet.pdf](https://www.helsenorge.no/attachment/inline/2f5d80b2-e0f7-4071-a2e5-3b080f99d37d:2aed64b5b986acd14764b3aa7fba3f3c48547d2d/Anbefalinger%20om%20kosthold%20ern%C3%A6ring%20og%20fysisk%20aktivitet.pdf)

Helsedirektoratet. (2019, 17. desember). *Helsedirektoratets kostråd*

<https://www.helsenorge.no/kosthold-og-ernaring/kostrad/helsedirektoratets-kostrad/>

Helsedirektoratet. (2020, 11. desember 2020). *Kosthold for ungdom.*

<https://www.helsenorge.no/kosthold-og-ernaring/kosthold-for-barn-og-unge/kosthold-for-ungdom/>

Helsedirektoratet. (2015, 29. september 2015). *Mat og måltider i skolen.* Helsedirektoratet.

<https://www.helsedirektoratet.no/retningslinjer/mat-og-maltider-i-skolen>

Helsedirektoratet. (2018, 04. mai 2021). *Mat og måltider i barnehagen.*

<https://www.helsedirektoratet.no/retningslinjer/mat-og-maltider-i-barnehagen>

Jansen, P. W., Derks, I. P. M., Mou, Y., van Rijen, E. H. M., Gaillard, R., Micali, N., Voortman, T. & Hillegers, M. H. J. (2020). Associations of parents' use of food as reward with children's eating behaviour and BMI in a population-based cohort.

Pediatr Obes, 15(11), e12662. <https://doi.org/10.1111/ijpo.12662>

Kebbe, M., Damanhoury, S., Browne, N., Dyson, M. P., McHugh, T. F. & Ball, G. D. C. (2017). Barriers to and enablers of healthy lifestyle behaviours in adolescents with obesity: a scoping review and stakeholder consultation. *Obes Rev*, 18(12), 1439-1453.

<https://doi.org/10.1111/obr.12602>

Kelly, B., Chapman, K., King, L., Hardy, L. & Farrell, L. (2008). Double standards for community sports: promoting active lifestyles but unhealthy diets. *Health Promot J Austr*, 19(3), 226-228. <https://doi.org/10.1071/he08226>

Kiger, M. E. & Varpio, L. (2020). Thematic analysis of qualitative data: AMEE Guide No. 131. *Med Teach*, 42(8), 846-854. <https://doi.org/10.1080/0142159x.2020.1755030>

Kiger, M. E. & Varpio, L. (2020). Thematic analysis of qualitative data: AMEE Guide No. 131. *Medical Teacher*, 42(8), 846-854.

<https://doi.org/10.1080/0142159X.2020.1755030>

Kvale, S. & Brinkmann, S. (2015). *Det kvalitative forskningsintervju* (3. utg. utg.). Gyldendal akademisk.

Liu, K. S. N., Chen, J. Y., Ng, M. Y. C., Yeung, M. H. Y., Bedford, L. E. & Lam, C. L. K. (2021). *How Does the Family Influence Adolescent Eating Habits in Terms of Knowledge, Attitudes and Practices? A Global Systematic Review of Qualitative Studies.* *Nutrients*, 13(11), 3717. <https://doi.org/10.3390/nu13113717>

- Llorente-Cantarero, F. J., Palomino-Fernández, L. & Gil-Campos, M. (2018). *Nutrition for the Young Athlete. Journal of Child Science*, 08(01), e90-e98.
- Mahmood, L., Flores-Barrantes, P., Moreno, L. A., Manios, Y. & Gonzalez-Gil, E. M. (2021). The Influence of Parental Dietary Behaviors and Practices on Children's Eating Habits. *Nutrients*, 13(4).
- Malterud, K. (2017). *Kvalitative forskningsmetoder for medisin og helsefag* (4. utg. utg.). Universitetsforl.
- Maria Uldahl & Liv Elin Torheim. (2023). *Metoder og indikatorer for kartlegging og overvåkning av matomgivelser i Norge*.
https://www.fhi.no/contentassets/ccc70402e5e741d99e31e771944ab167/fhi-rapport-om-matomgivelser-28.03.2023_rev.pdf
- Max, G. & Frivold, Y. (2022). *En kartlegging av mat- og drikketilbudet på idrettsarenaen i Norge* [Master, OsloMet]. OsloMet. <https://oda.oslomet.no/oda-xmlui/bitstream/handle/11250/3013426/max-frivold-mame2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- McIsaac, J. D., Jarvis, S., Olstad, D. L., Naylor, P. J., Rehman, L. & Kirk, S. F. (2018). Voluntary nutrition guidelines to support healthy eating in recreation and sports settings are ineffective: findings from a prospective study. *AIMS Public Health*, 5(4), 411-420. <https://doi.org/10.3934/publichealth.2018.4.411>
- McIsaac, J. D., Jarvis, S. L., Spencer, R. & Kirk, S. F. (2018). At-a-glance - "A tough sell": findings from a qualitative analysis on the provision of healthy foods in recreation and sports settings. *Health Promot Chronic Dis Prev Can*, 38(1), 18-22.
<https://doi.org/10.24095/hpcdp.38.1.04>
- Naylor, P. J., Bridgewater, L., Purcell, M., Ostry, A. & Wekken, S. V. (2010). Publically funded recreation facilities: obesogenic environments for children and families? *Int J Environ Res Public Health*, 7(5), 2208-2221. <https://doi.org/10.3390/ijerph7052208>
- Nelson, T. F., Stovitz, S. D., Thomas, M., LaVoi, N. M., Bauer, K. W. & Neumark-Sztainer, D. (2011). Do youth sports prevent pediatric obesity? A systematic review and commentary. *Curr Sports Med Rep*, 10(6), 360-370.
<https://doi.org/10.1249/JSR.0b013e318237bf74>
- NEM. (2019). *Veiledning for forskningsetisk og vitenskapelig vurdering av kvalitative forskningsprosjekt innen medisin og helsefag*. Forskningsetikk.
<https://www.forskningsetikk.no/retningslinjer/med-helse/vurdering-av-kvalitative-forskningsprosjekt-innen-medisin-og-helsefag/>

- Neumark-Sztainer, D., Story, M., Perry, C. & Casey, M. A. (1999). *Factors Influencing Food Choices of Adolescents*. *J Am Diet Assoc*, 99(8), 929-937.
[https://doi.org/10.1016/s0002-8223\(99\)00222-9](https://doi.org/10.1016/s0002-8223(99)00222-9)
- Norges Fotballforbund. (u.å.). *Barnefotball*. Norges Fotballforbund.
https://www.fotball.no/globalassets/klubb-og-leder/kvalitetsklubb/nival1/barnefotball-verdier_og_virkemidler.pdf
- Norges Håndballforbund. (2022). *Om oss*. Norges Håndballforbund
<https://www.handball.no/regioner/nhf-sentralt/om-oss/>
- Nowell, L. S., Norris, J. M., White, D. E. & Moules, N. J. (2017). Thematic Analysis: Striving to Meet the Trustworthiness Criteria. *International Journal of Qualitative Methods*, 16(1), 1609406917733847. <https://doi.org/10.1177/1609406917733847>
- Nyeng, F. (2012). *Nøkkeltbegreper i forskningsmetode og vitenskapsteori*. Fagbokforl.
- Olympiatoppen. (u.å.-a). *Fakta om mat og drikke før trening*.
<https://olympiatoppen.no/fagomrader/idrettspernaering/faktaark/fakta-om-mat-og-drikke-for-trening/>
- Olympiatoppen. (u.å.-b). *Fakta om måltidsmønster og matvarevalg for idrettsutøvere*.
<https://olympiatoppen.no/fagomrader/idrettspernaering/faktaark/fakta-om-maltidsmonster-og-matvarevalg-for-idrettsutovere/>
- Olympiatoppen. (u.å.-c). *Faktaark*.
<https://olympiatoppen.no/fagomrader/idrettspernaering/faktaark/>
- Olympiatoppen. (u.å.-d). *Mat på idrettsarrangement* Olympiatoppen.
<https://olympiatoppen.no/fagomrader/idrettspernaering/faktaark/fakta-om-mat-og-drikke-under-trening/>
- Pearson, N., Biddle, S. J. & Gorely, T. (2009). Family correlates of fruit and vegetable consumption in children and adolescents: a systematic review. *Public Health Nutr*, 12(2), 267-283. <https://doi.org/10.1017/s1368980008002589>
- Pedersen, O. P. & Holm, J. (2022). *Norges Fotballforbund*
https://snl.no/Norges_Fotballforbund
- Prowse, R. J. L., Naylor, P.-J., Olstad, D. L., Carson, V., Storey, K., Mâsse, L. C., Kirk, S. F. L. & Raine, K. D. (2018). Food marketing in recreational sport settings in Canada: a cross-sectional audit in different policy environments using the Food and beverage Marketing Assessment Tool for Settings (FoodMATS). *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 15(1), 39. <https://doi.org/10.1186/s12966-018-0673-5>

- Puhl, R. M. & Schwartz, M. B. (2003). If you are good you can have a cookie: How memories of childhood food rules link to adult eating behaviors. *Eating Behaviors*, 4(3), 283-293. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S1471-0153\(03\)00024-2](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S1471-0153(03)00024-2)
- Purcell, L. K. (2013). *Sport nutrition for young athletes*. *Paediatr Child Health*, 18(4), 200-205. <https://doi.org/10.1093/pch/18.4.200>
- Scully, M., Wakefield, M., Niven, P., Chapman, K., Crawford, D., Pratt, I. S., Baur, L. A., Flood, V. & Morley, B. (2012). Association between food marketing exposure and adolescents' food choices and eating behaviors. *Appetite*, 58(1), 1-5. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.appet.2011.09.020>
- Shepherd, J., Harden, A., Rees, R., Brunton, G., Garcia, J., Oliver, S. & Oakley, A. (2006). Young people and healthy eating: a systematic review of research on barriers and facilitators. *Health Educ Res*, 21(2), 239-257. <https://doi.org/10.1093/her/cyh060>
- Shwed, A., Bruner, B., Law, B. & Bruner, M. W. (2023). Investigating the Impact of Food Rewards on Children's Motivation to Participate in Sport. *Children*, 10(3), 432. <https://www.mdpi.com/2227-9067/10/3/432>
- Smith, J. W., Holmes, M. E. & McAllister, M. J. (2015). Nutritional Considerations for Performance in Young Athletes. *J Sports Med (Hindawi Publ Corp)*, 2015, 734649. <https://doi.org/10.1155/2015/734649>
- Smith, M., Signal, L., Edwards, R. & Hoek, J. (2017). Children's and parents' opinions on the sport-related food environment: a systematic review. *Obes Rev*, 18(9), 1018-1039. <https://doi.org/10.1111/obr.12558>
- Sobal, J., Bisogni, C., Devine, C. & Jastran, M. (2006). *A conceptual model of the food choice process over the life course*. CABI International. <https://doi.org/10.1079/9780851990323.0001>
- Story, M., Neumark-Sztainer, D. & French, S. (2002). Individual and Environmental Influences on Adolescent Eating Behaviors. *Journal of the American Dietetic Association*, 102(3, Supplement), S40-S51. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0002-8223\(02\)90421-9](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0002-8223(02)90421-9)
- Strand-Udnæseth, M. (u.å.). *Derfor er karbohydrater viktig for deg som trener*. Sunn Idrett. <https://sunnidrett.no/derfor-er-karbohydrater-viktig-for-deg-som-trener/>
- Sunn Idrett. (u.å.-a). *Mat rundt trening – hva, hvor mye, hvordan og når*. <https://sunnidrett.no/mat-rundt-trening-hva-hvor-mye-hvordan-og-nar/>
- Sunn idrett. (u.å.-b). *Vårt arbeid*. <https://sunnidrett.no/om-oss/visjon-og-hovedmal/>

- Thagaard, T. (2018). *Systematikk og innlevelse : en innføring i kvalitative metoder* (5. utg. utg.). Fagbokforl.
- Thomas, M., Nelson, T. F., Harwood, E. & Neumark-Sztainer, D. (2012). Exploring Parent Perceptions of the Food Environment in Youth Sport. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 44(4), 365-371.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jneb.2011.11.005>
- Thorsnæs, G. & Sæle, O. O. (2022). *Idrett i Norge* [https://snl.no/idrett i Norge](https://snl.no/idrett_i_Norge)
- Tsochantaridou, A., Sergentanis, T. N., Grammatikopoulou, M. G., Merakou, K., Vassilakou, T. & Kornarou, E. (2023). Food Advertisement and Dietary Choices in Adolescents: An Overview of Recent Studies. *Children*, 10(3), 442. <https://www.mdpi.com/2227-9067/10/3/442>
- UNICEF. (2019). *Food and Me. How Adolescents Experience Nutrition Across the World. A Companion Report to The State of the World's Children 2019*
<https://researchdirect.westernsydney.edu.au/islandora/object/uws:58028>
- Wagoner, S. (2004). *Developmental Characteristics of Youth: Implications of Experiential Learning*. Youth Development, University of Illinois Extension.
<https://ucanr.edu/sites/EL/files/184004.pdf>
- Westberg, K., Stavros, C., Parker, L., Powell, A., Martin, D., Worsley, A., Reid, M. & Fouvy, D. (2021). Promoting healthy eating in the community sport setting: a scoping review. *Health promotion international*, 37. <https://doi.org/10.1093/heapro/daab030>
- WHO. (u.å.). *Adolescent health*. World Health Organization https://www.who.int/health-topics/adolescent-health#tab=tab_1
- Ziegler, A. M., Kasprzak, C. M., Mansouri, T. H., Gregory, A. M., 2nd, Barich, R. A., Hatzinger, L. A., Leone, L. A. & Temple, J. L. (2021). An Ecological Perspective of Food Choice and Eating Autonomy Among Adolescents. *Front Psychol*, 12, 654139.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.654139>

8 VEDLEGG

Vedlegg 1: Etisk godkjenning fra Norsk senter for forskningsdata (NSD)



[Meldeskjema](#) / [Ungdommers erfaringer med mattilbud på idrettsarenaen](#) / Vurdering

Vurdering av behandling av personopplysninger

Referansenummer
871840

Vurderingstype
Standard

Dato
14.09.2022

Prosjekttittel

Ungdommers erfaringer med mattilbud på idrettsarenaen

Behandlingsansvarlig institusjon

OsloMet – storbyuniversitetet / Fakultet for helsevitenskap / Institutt for sykepleie og helsefremmende arbeid

Prosjektansvarlig

Mari Myhrstad

Student

Pauline Alise Leganger Wattenberg

Prosjektperiode

01.09.2022 - 30.06.2023

Kategorier personopplysninger

Alminnelige

Lovlig grunnlag

Samtykke (Personvernforordningen art. 6 nr. 1 bokstav a)

Behandlingen av personopplysningene er lovlig så fremt den gjennomføres som oppgitt i meldeskjemaet. Det lovlige grunnlaget gjelder til 30.06.2023.

[Meldeskjema](#)

Kommentar

OM VURDERINGEN

Personverntjenester har en avtale med institusjonen du forsker eller studerer ved. Denne avtalen innebærer at vi skal gi deg råd slik at behandlingen av personopplysninger i prosjektet ditt er lovlig etter personvernregelverket.

Personverntjenester har nå vurdert den planlagte behandlingen av personopplysninger. Vår vurdering er at behandlingen er lovlig, hvis den gjennomføres slik den er beskrevet i meldeskjemaet med dialog og vedlegg.

VIKTIG INFORMASJON TIL DEG

Du må lagre, sende og sikre dataene i tråd med retningslinjene til din institusjon. Dette betyr at du må bruke leverandører for spørreskjema, skylagring, videosamtale o.l. som institusjonen din har avtale med. Vi gir generelle råd rundt dette, men det er institusjonens egne retningslinjer for informasjonssikkerhet som gjelder.

TYPE OPPLYSNINGER OG VARIGHET

Prosjektet vil behandle alminnelige kategorier av personopplysninger frem til 30.06.2023.

LOVLIG GRUNNLAG

Prosjektet vil innhente samtykke fra foresatte til behandlingen av personopplysninger om barna. Vår vurdering er at prosjektet legger opp til et samtykke i samsvar med kravene i art. 4 og 7, ved at det er en frivillig, spesifikk, informert og utvetydig bekreftelse som kan dokumenteres, og som den registrerte/foresatte kan trekke tilbake.

Lovlig grunnlag for behandlingen vil dermed være foresattes samtykke, jf. personvernforordningen art. 6 nr. 1 bokstav a.

PERSONVERNPRINSIPPER

Personverntjenester vurderer at den planlagte behandlingen av personopplysninger vil følge prinsippene i personvernforordningen om:

- lovlighet, rettferdighet og åpenhet (art. 5.1 a), ved at foresatte får tilfredsstillende informasjon om og samtykker til behandlingen
- formålsbegrensning (art. 5.1 b), ved at personopplysninger samles inn for spesifikke, uttrykkelig angitte og berettigede formål, og ikke viderebehandles til nye uforenlige formål
- dataminimering (art. 5.1 c), ved at det kun behandles opplysninger som er adekvate, relevante og nødvendige for formålet med prosjektet
- lagringsbegrensning (art. 5.1 e), ved at personopplysningene ikke lagres lenger enn nødvendig for å oppfylle formålet

DE REGISTRERTES RETTIGHETER

Personverntjenester vurderer at informasjonen om behandlingen som de registrerte og deres foresatte vil motta oppfyller lovens krav til form og innhold, jf. art. 12.1 og art. 13.

Så lenge de registrerte kan identifiseres i datamaterialet vil de ha følgende rettigheter: innsyn (art. 15), retting (art. 16), sletting (art. 17), begrensning (art. 18) og dataportabilitet (art. 20).

Vi minner om at hvis en registrert/foresatt tar kontakt om sine/barnets rettigheter, har behandlingsansvarlig institusjon plikt til å svare innen en måned.

FØLG DIN INSTITUSJONS RETNINGSLINJER

Personverntjenester legger til grunn at behandlingen oppfyller kravene i personvernforordningen om riktighet (art. 5.1 d), integritet og konfidensialitet (art. 5.1 f) og sikkerhet (art. 32).

Ved bruk av databehandler (spørreskjemaleverandør, skylagring, videosamtale o.l.) må behandlingen oppfylle kravene til bruk av databehandler, jf. art 28 og 29. Bruk leverandører som din institusjon har avtale med.

For å forsikre dere om at kravene oppfylles, må dere følge interne retningslinjer og eventuelt rådføre dere med behandlingsansvarlig institusjon.

MELD VESENTLIGE ENDRINGER

Dersom det skjer vesentlige endringer i behandlingen av personopplysninger, kan det være nødvendig å melde dette til oss ved å oppdatere meldeskjemaet. Før du melder inn en endring, oppfordrer vi deg til å lese om hvilke type endringer det er nødvendig å melde:

<https://www.nsd.no/personverntjenester/fylle-ut-meldeskjema-for-personopplysninger/melde-endringer-i-meldeskjema>. Du må vente på svar fra oss før endringen gjennomføres.

OPPFØLGING AV PROSJEKTET

Personverntjenester vil følge opp ved planlagt avslutning for å avklare om behandlingen av personopplysningene er avsluttet.

Kontaktperson hos oss: Markus Celiussen

Lykke til med prosjektet!

Vedlegg 2: Mal for e-post til klubbledere

Hei,

Jeg er en masterstudent som studerer samfunnsernæring ved OsloMet. I løpet av høsten 2022 skal jeg sammen med en forskningsgruppe gjennomføre en forskningsstudie i Oslo-området hvor vi skal undersøke ungdommers erfaringer med mattilbudet på idrettsarenaen.

Jeg tar kontakt med dere på bakgrunn av at deres idrettslag tidligere har vært med i en studie som undersøkte fasiliteter og barrierer for et sunt mattilbud på idrettsarenaen. Det ble da gjort intervjuer med foreldre, trenere og klubbledere. I studien vi nå er i gang med ønsker vi å snakke med håndballaktiv ungdom i alderen 12-14 år, hvor vi vil høre om deres erfaringer med mattilbudet på idrettsarenaen. Det vil være et fokusgruppeintervju som vil vare ca. 45 minutter. Vi trenger da samtykke fra foreldre om at deres ungdom kan delta i gruppeintervju, og ungdommen selv må selvfølgelig ha lyst til å delta.

Ved å være med på prosjektet kan dere bidra til å få kunnskap om ungdommers opplevelse av mattilbudet på idrettsarenaen. Maten som selges her kan enten fremme eller vanskeliggjøre gode matvaner, og er derfor en viktig arena å legge til rette for at de som benytter seg av den kan ta best mulig matvalg. Barn og ungdom er en stor brukergruppe av idretten, og er derfor en viktig gruppe å involvere i forbindelse med en eventuell endring og forbedring av dagens mattilbud.

Det er til stor hjelp dersom klubbledelsen kan bruke sitt nettverk for å nå ut til foreldre til håndballaktiv ungdom i alderen 12-14 år, og vi tar med stor glede imot innspill til hva som kan være best mulig rekrutteringsstrategi.

Når og hvor vil intervjuene foregå?

Vi er fleksible angående tidspunkt og sted, og ønsker å gjøre det enklest mulig for ungdommene å delta på intervju. Intervjuene kan for eksempel gjennomføres i tilknytning til idrettshallen før eller etter trening/hjemmekamp.

Intervjuene vil tas opp på lydopptaker, og all data vil bli anonymisert og slettet ved prosjektslutt. Det vil si at det ikke registreres opplysninger i prosjektet som gjenkjenner enkeltpersoner.

Forskningsprosjektet er godkjent av Norsk senter for forskningsdata (NSD).

Er du/dere interessert i å være med på dette eller har flere spørsmål om studien? Ta kontakt med masterstudent Pauline Alise Leganger Wattenberg eller prosjektveiledere Lisa Garnweidner-Holme (lgarnwei@oslomet.no) og Mari Myhrstad (mmyhrsta@oslomet.no).

Mvh

Pauline A. L. Wattenberg

Vedlegg 3: Intervjuguide

Semistrukturert intervjuguide

«Ungdommers erfaring med mattilbudet på idrettsarenaen»

Fokusgruppeintervju

Generell informasjon om prosjektet

Dette er et forskningsprosjekt hvor vi ønsker å få mer kunnskap om hvordan ungdom opplever mattilbudet på idrettsarenaen. Idrettsarenaen er en arena hvor barn og ungdom som driver med idrett bruker mye tid, og maten som selges kan være med på å påvirke våre matvaner. Dere er en viktig gruppe å involvere i forbindelse med bestemmelse av dagens mattilbud.

Ditt personvern

- Kun prosjektmedlemmer vil ha tilgang til informasjonen som samles inn
- Lydfiler og opplysninger om dere vil bli lagret på PC uten internettilgang
- I den ferdige masteroppgaven og eventuelle vitenskapelige publikasjoner, kan dere bli sitert på det dere sier i intervjuet, men da er det kun kjønn, alder og idrett som vil stå, **ikke** navn.
- Lydfiler og all data vil da bli slettet ved prosjektslutt i mai/juni 2023

Det er **frivillig å delta** i prosjektet, og du kan når som helst trekke deg uten å oppgi noen grunn. Hvis du ønsker å trekke deg kan du be en av dine foreldre ta kontakt med prosjektlederen for studien. Foreldrene deres har fått informasjon om dette. Alle opplysninger om deg vil da bli slettet.

Tusen takk for at dere stiller opp og har lyst til å delta!

Tema 1: Generell introduksjon om mat på idrettsarenaen

- Pleier dere å ha med mat, eller kjøper dere mat på idrettsarenaen?

Tema 2: Erfaring med matutvalget i klubben

- Kan dere fortelle litt om matutvalget som tilbys i klubben til vanlig og under idrettsarrangementer? (Nevn f.eks. vanlig trening, cup, kamper)
- Hva tenker dere rundt maten som tilbys på idrettsarenaer generelt og i deres klubb?
- Hva skal til for at dere kjøper noe på idrettsarenaen? (Evt. hjelpe til med tips som pris, utvalg, at det frister, at det er synlig, at andre kjøper det, at trener eller forelder sa det)
- Hva kjøper dere? Hvorfor kjøper dere det?
- Er det noe dere savner ved dagens mattilbud?

Tema 3: Tiltak for et bedre mattilbud i klubben

- Hva slags mat ønsker dere på idrettsarenaen?
- Hva er sunn mat for dere?
- Er det viktig for dere at det finnes sunn mat på idrettsarenaen?
- Hvem tenker dere er ansvarlig for at det er sunn mat på idrettsarenaen?
- *Hva tror dere kan være eventuelle problemer med å få et bedre mattilbud på idrettsarenaen enn det som er i dag? *(Still spørsmålet **bare** hvis det kommer fram at ungdommen opplever mattilbudet som dårlig).
 - ➔ Kan evt. gi tips om utfordringer som plassmangel, lite tid til forberedelse, lite interesse hos foreldre/kioskansvarlig, lite budsjett?
- Opplever dere at dere som ungdom har mulighet til å påvirke mattilbudet på idrettsarenaen?

Vedlegg 4: Informasjonsbrev med elektronisk samtykkeskjema til foreldre

Vil du delta i forskningsprosjektet

«Ungdommers erfaringer med mattilbud på idrettsarenaen»?



Kilde: Aftenposten.no

Dette er et spørsmål til deg om din ungdom som er mellom 12-14 år og driver med breddeidrett som for eksempel fotball eller håndball, ønsker å delta i et forskningsprosjekt, hvor målet er å få mer kunnskap om hvordan ungdom opplever mattilbudet på idrettsarenaen. I dette skrivet gir vi deg informasjon om målene for prosjektet og hva deltakelse vil innebære for din ungdom.

Formål

Idrettsarenaen er en viktig helsefremmende arena hvor barn og ungdom som driver med idrett bruker mye tid. Maten som selges der er kan enten fremme eller vanskeliggjøre gode matvaner, og er derfor en viktig arena å legge til rette for at de som benytter seg av den kan ta best mulig matvalg. Barn og ungdom er en stor brukergruppe av idretten, og er derfor en viktig gruppe å involvere i forbindelse med en eventuell endring og forbedring av dagens mattilbud.

Det er en masteroppgave som skal utføres av en student fra OsloMet, med hjelp fra to veiledere fra OsloMet og en veileder fra høyskolen i Østfold.

Hvem er ansvarlig for forskningsprosjektet?

OsloMet ved prosjektleder Mari Myhrstad er ansvarlig for prosjektet.

Hvorfor får din ungdom spørsmål om å delta?

Vi ønsker å høre om erfaringene med matutvalget på idrettsarenaen til din ungdom som driver med breddeidrett. Vi har tatt kontakt med klubbledere i Oslo hvor vi har informert om formålet med studien og hvilken aldersgruppe vi ønsker å intervju. Klubblederne har tatt dette videre til deg som forelder, som igjen viderefremidler dette til din ungdom. Vi har fått dine kontaktopplysninger av klubblederen til din ungdoms idrettsklubb. Antall foreldre/ungdommer som får henvendelsen er omtrent 20-30 stk. Utvalgsriteriene for studien er som følgende;

- Alder 12-14 år
- Må tilhøre et breddeidrettslag i Oslo eller omegn

Hva innebærer det for din ungdom å delta?

Hvis din ungdom velger å delta i prosjektet, innebærer det at hun/han deltar i et fokusgruppeintervju med ca. 3-4 andre personer, med en varighet på ca. 45 minutter. Gruppen vil bli spurt om hvordan de opplever mattilbudet på sin idrettsarena, og andre spørsmål relatert til dette. Intervjuet vil bli tatt opp med lydopptaker og alle opplysningene vil bli behandlet konfidensielt. Foreldre og trenere kan få se intervjuguiden på forhånd ved å ta kontakt med prosjektleder eller student. Intervjuene gjennomføres av masterstudent Pauline Alise Leganger Wattenberg med hjelp fra en veileder.

Det er frivillig å delta

Det er frivillig å delta i prosjektet. Hvis din ungdom velger å delta, kan han/hun når som helst trekke samtykket uten å oppgi grunn. Hvis han/hun ønsker å trekke seg kan du ta kontakt med Lisa Garnweidner-Holme (se kontaktopplysninger lenger ned i brevet). Alle personopplysninger vil da bli slettet. Det vil ikke ha noen negative konsekvenser for din ungdom hvis han/hun ikke vil delta eller senere velger å trekke seg.

Din ungdoms personvern – hvordan vi oppbevarer og bruker hans/hennes opplysninger

Vi vil bare bruke opplysningene om din ungdom til formålene vi har fortalt om i dette skrivet. Vi behandler opplysningene konfidensielt og i samsvar med personvernregelverket på OsloMet.

- Kun prosjektmedlemmer vil ha tilgang til datamaterialet som samles inn
- Opplysningene vil bli koblet til dato og nummer for intervjuet. Lydfilene og din ungdoms sensitive data vil bli lagret på PC uten internettilgang
- I den ferdige publiserte masteroppgaven og eventuelle vitenskapelige publikasjoner, vil sitater fra intervjuene kunne bli sitert, men da uten navn – kun kjønn, alder og idrett
- Masterstudent Pauline Alise Leganger Wattenberg skal samle inn og bearbeide dataen. Lydopptaker fra OsloMet vil bli brukt

Hva skjer med personopplysningene dine når forskningsprosjektet avsluttes?

Prosjektet vil etter planen avsluttes i slutten av mai 2023. Lydfiler og all data vil da bli slettet.

Din ungdoms rettigheter

Så lenge din ungdom kan identifiseres i datamaterialet, har han/hun rett til:

- innsyn i hvilke opplysninger vi behandler om han/henne, og å få utlevert en kopi av opplysningene
- å få rettet opplysninger om han/hun som er feil eller misvisende
- å få slettet personopplysninger om han/hun, og
- å sende klage til Datatilsynet om behandlingen av hans/hennes personopplysninger

Hvis du har spørsmål til studien, eller ønsker å vite mer om eller benytte deg av dine rettigheter på vegne av din ungdom, ta kontakt med masterstudent Pauline Alise Leganger Wattenberg (pauline.leganger@hotmail.com) eller hovedveileder Lisa Garnweidner-Holme (lisa.garnweidner-holme@oslomet.no).

- Vårt personvernombud: Ingrid S. Jacobsen (personvernombud@oslomet.no)
- NSD – Norsk senter for forskningsdata AS, på e-post (personverntjenester@nsd.no) eller telefon: 55 58 21 17.

Med vennlig hilsen

Hovedveileder
Lisa Garnveidner-Holme

Student
Pauline A. L. Wattenberg

Samtykkeerklæring - "Ungdommers erfaringer med mattilbud på idrettsarenaen"

Samtykkeerklæring

Jeg har mottatt og forstått informasjon om prosjektet «Ungdommers erfaringer med mattilbud på idrettsarenaen», og har fått anledning til å stille spørsmål.

Jeg samtykker til:

at min sønn/datter deltar i fokusgruppeintervju

Skriv inn ditt fulle navn:

Send

Vedlegg 5: Informasjonsbrev til ungdom

Vil du delta i forskningsprosjektet «Ungdommers erfaringer med mattilbud på idrettsarenaen»?



Kilde: Aftenposten.no

Dette er et spørsmål til deg som er mellom 12-14 år og driver med breddeidrett som for eksempel fotball eller håndball i Oslo, om du ønsker å delta i et forskningsprosjekt. Vi ønsker med dette å få mer kunnskap om hvordan ungdom opplever mattilbudet på idrettsarenaen. Idrettsarenaen er en arena hvor barn og ungdom som driver med idrett bruker mye tid, og maten som selges der er med på å påvirke våre matvaner. Barn og ungdom er en viktig gruppe å involvere i forbindelse med bestemmelse av dagens mattilbud.

Det er en masteroppgave som skal utføres av en student fra OsloMet, med hjelp fra to veiledere fra OsloMet og en veileder fra høyskolen i Østfold.

Hvem er ansvarlig for forskningsprosjektet?

OsloMet ved prosjektleder Mari Myhrstad er ansvarlig for prosjektet.

Hva innebærer det for deg å delta?

Hvis du velger å delta i prosjektet, deltar du i et gruppeintervju med 3-4 andre personer, med en varighet på ca. 45 minutter. Dere vil bli spurt om hvordan dere opplever mattilbudet på din idrettsarena. Intervjuet vil bli tatt opp med lydopptaker og alle opplysningene vil bli holdt

privat, og vil ikke bli delt med andre enn oss i prosjektgruppen. Intervjuene gjennomføres av masterstudent Pauline Alise Leganger Wattenberg med hjelp fra en veileder.

Det er frivillig å delta

Det er frivillig å delta i prosjektet. Hvis du velger å delta, kan du når som helst trekke deg uten å oppgi noen grunn. Hvis du ønsker å trekke deg kan du be en av dine foresatte ta kontakt med prosjektlederen for studien. Alle opplysninger om deg vil da bli slettet.

Ditt personvern – hvordan vi oppbevarer og bruker dine opplysninger

Vi vil bare bruke opplysningene om deg til formålene vi har fortalt om i dette skrivet.

- Kun prosjektmedlemmer vil ha tilgang til informasjonen som samles inn
- Lydfilene og opplysningene om deg vil bli lagret på PC uten internettilgang
- I den ferdige publiserte masteroppgaven og eventuelle vitenskapelige publikasjoner, vil sitater fra intervjuene kunne bli sitert, men da uten navn – kun kjønn, alder og idrett vil stå
- Masterstudent Pauline Alise Leganger Wattenberg skal samle inn og bearbeide dataen
- Prosjektet vil etter planen avsluttes i slutten av mai 2023. Lydfiler og all data vil da bli slettet

Dine rettigheter

Så lenge du kan identifiseres i datamaterialet, har du rett til:

- innsyn i hvilke opplysninger vi behandler om deg, og å få utlevert en kopi av opplysningene
- å få rettet opplysninger om deg som er feil eller misvisende
- å få slettet personopplysninger om deg, og
- å sende klage til Datatilsynet om behandlingen av dine personopplysninger

Med vennlig hilsen

Hovedveileder
Lisa Garnweidner-Holme

Student
Pauline Alise Leganger Wattenberg