



UPPSALA
UNIVERSITET

Examensarbete C, 15hp

Grundnivå
vt 2012

De fem kostråden

En kvantitativ undersökning om vad studenter i Uppsala har för kunskap och inställning till kostråd och speciellt Livsmedelsverkets kostråd

EMELIE AXELSSON
FRIDA KALLERHULT

Institutionen för kostvetenskap
Box 560
Besöksadress: BMC, Husargatan 3
751 22 Uppsala



Titel: De fem kostråden – En kvantitativ undersökning om vad studenter i Uppsala har för kunskap och inställning till kostråd och speciellt Livsmedelsverkets kostråd
Författare: Emelie Axelsson och Frida Kallerhult
Handledare: Elin Lövestam, Institutionen för kostvetenskap, Uppsala universitet

SAMMANFATTNING

Bakgrund: I dagens samhälle finns det ett överflöd av information om olika kostråd vilket gör det svårt för konsumenten att skapa sig en uppfattning om vad som är hälsosam kost. Även större delen av västvärlden har idag en dålig kosthållning vilken har lett till en försämrad folkhälsa. Det är därför viktigt att nå ut med tillförlitliga råd om kost och där har Livsmedelsverket en viktig roll.

Syfte: Syftet med denna studie var att undersöka vad studenter i Uppsala har för kunskap och inställning till kostråd och speciellt Livsmedelsverkets fem kostråd.

Metod: En webbaserad enkät konstruerades och skickades ut till studenter vid 10 olika institutioner på Uppsala universitet. 130 studenter deltog i undersökningen och resultatet redovisades i form av diagram.

Resultat: De flesta respondenter kände till Livsmedelsverkets kostråd och följde något av dem. De råd som flest var medvetna om var de om frukt och grönt samt fullkornsprodukter. Det var också dessa råd som respondenterna följde i störst utsträckning. Den främsta informationskällan angående kost var Internet samt familj och vänner. Över 90 % av respondenterna litade helt eller delvis på Livsmedelsverkets kostråd och utbildning i förskola och skola var det förslag som flest respondenter angav så att fler kan ta del av kostråden.

Slutsats: De flesta av respondenterna hade en positiv inställning till kostråden. Bland annat uppfattades de som hälsosamma och realistiska. Flera av respondenterna angav att de tyckte nyckelhålmärkningen var omodern och detta var även det råd som följdes i minst utsträckning. Anledningen till varför vissa respondenter inte följde råden var för att det ansågs vara för dyrt. Många av respondenterna nämnde ”naturlig mat” som betydelsefull. Oavsett individens definition av begreppet kan Livsmedelsverkets kostråd följas av de som strävar efter att äta naturlig mat.

Title: De fem kostråden – En kvantitativ undersökning om vad studenter i Uppsala har för kunskap och inställning till kostråd och speciellt Livsmedelsverkets kostråd

Authors: Emelie Axelsson och Frida Kallerhult

Supervisor: Elin Lövestam, Department of Food, Nutrition and Dietetics, Uppsala University

ABSTRACT

Background: In today's society, there is an abundance of information on different dietary advice which makes it difficult for the consumer to get an idea of what is a healthy diet. Most of the Western world today has an unhealthy diet, which has led to deterioration in public health. It is therefore important to reach out with reliable dietary advice and Livsmedelsverket plays an important role in that.

Aim: The aim of this study was to investigate students in Uppsala and their knowledge and attitudes towards dietary advice, and especially Livsmedelsverket's five dietary advices.

Method: A Web-based questionnaire was constructed and sent out to students at various institutions at Uppsala University. 130 students took part in the survey and the results were presented in the form of diagrams.

Results: Most of the respondents were aware of Livsmedelsverket's dietary advices, and followed some of them. The advices that most were aware of was the fruit and veg and wholegrain products. They are also the advices that the participants followed the most. The biggest source of information about food was the Internet as well as family and friends. Over 90 % of the respondents relied wholly or partly on Livsmedelsverket's dietary advices. Education in preschool and school was the proposal most respondents indicated that dietary advice would be able to reach out more.

Conclusion: Most of the respondents had a positive attitude to the diet advices. Among other things, they were perceived as healthy and realistic. A number of respondents indicated that they felt the "nyckelhålsmärkning" was outdated and this was also the advice which was followed in the least degree. The reason why certain respondents did not follow the advice was that it was considered to be too expensive. Many of the respondents mentioned the "natural food" as significant. Regardless of the individual's definition of Livsmedelsverket's dietary advice can be followed by those who seek to eat natural food.

Innehållsförteckning

1. Introduktion.....	5
1.1. Livsmedelsverkets råd om bra mat.....	5
1.1.1. Frukt och grönt.....	6
1.1.2. Fullkorn.....	6
1.1.3. Fett.....	7
1.1.4. Fisk.....	7
1.1.5. Nyckelhålsmärkning.....	8
1.2. Hälsokommunikation.....	8
1.2.1. Hälsokommunikationsmodell.....	8
2. Syfte.....	9
3. Metod.....	9
3.1. Etiska reflektioner.....	11
4. Resultat.....	11
4.1. Bakgrundsfrågor.....	11
4.2. De kostråd respondenterna skulle ge.....	11
4.3. Respondenternas informationskällor angående kost.....	12
4.4. Kunskap och inställningar till Livsmedelsverkets fem kostråd.....	13
4.5. Förslag på hur Livsmedelsverkets fem kostråd kan förmedlas.....	17
5. Diskussion.....	17
5.1. Metoddiskussion.....	17
5.2. Resultatdiskussion.....	18
5.2.1. Respondenternas bakgrund.....	18
5.2.2. Nuvarande kost- och hälsoföreställningar.....	18
5.2.3. Källor för information om kost.....	19
5.2.4. Inställningar till Livsmedelsverkets kostråd.....	20
5.2.5. Hälsokommunikation.....	21
5.3. Slutsats.....	22
6. Tack till.....	22
7. Referenser.....	23

Bilaga 1: Pilotstudie 1

Bilaga 2: Pilotstudie 2

Bilaga 3: Slutgiltig enkät

Bilaga 4: Följebrev

Bilaga 5: Påminnelsebrev

Bilaga 6: Arbetsfördelning

1. Introduktion

Det finns idag en utbredd oro över att större delen av västvärlden har en dålig kosthållning vilket bland annat har lett till ökad fetma och som i framtiden kan leda till högre nivåer av ohälsa, ökade utgifter för folkhälsan samt en kortare livslängd (1). I till exempel Storbritannien tyder aktuella prognoser på att över hälften av den vuxna befolkningen kommer att klassificeras som överviktig år 2050 (2). Orsaken till den stigande övervikten kan förklaras genom att många äter för mycket i förhållande till hur mycket de rör på sig (3). Även om denna förklaring till synes är enkel finns det dock mer komplexa underliggande orsaker. Dagens livsstil är allt mer stillasittande och utbudet av konsumtionsvaror är obegränsad. Det är av stor vikt att sätta in förebyggande insatser redan innan en person blir överviktig. Det är de mest verksamma åtgärderna för att bryta trenden mot en alltmer överviktig befolkning. Därför är det viktigt att nå ut med tillförlitliga och hälsofrämjande råd gällande kosten.

Idag finns det många olika ”experter” som tycker till om mat och hälsa vilka tillsammans med en mängd dieter får ett stort utrymme i samhällsdebatten. Vår uppfattning är att det finns en djungel av rekommendationer som inte är den lättaste att ta sig igenom. Det är svårt för gemene man att skapa sig en uppfattning om vad han eller hon egentligen ska äta. I en studie gjord i USA framkom det att problemet för konsumenten var att kommunikationen av kostråden härrör från flera olika källor ofta med olika perspektiv (4). Staten, icke-vinstdrivande organisationer, media, livsmedelsindustrin, hälsoindustrin samt konsumenten själv har alla en roll i hur kostråden kommuniceras. En annan undersökning utförd i Australien visade att informationen från olika kostråd är väldigt komplex, förvirrande och motsägelsefull (5). Detta leder till att vissa människor söker efter ”sanningen” medan andra blir osäkra och oroliga. Det finns även de som blir paralyserade och bedövade på grund av det överflöd av information som når dem.

I Kanada har en undersökning genomförts om kvaliteten på den information om kost och hälsa som finns på populära hemsidor (6). Kommersiella hemsidor besöktes i 80 % av fallen i sökandet på kost- och hälsorelaterad information. Forskarna i studien såg att fler kanadensare inhämtade sin information om kost och hälsa online samt att de även ändrade sitt beteende som ett resultat av den information de fick. Mer än en tredjedel av både män och kvinnor ändrade sina mat- och träningsvanor utifrån de råd de införskaffade på Internet. En av slutsatserna de har kommit fram till var att det i och med detta är viktigt för hälsorådgivare att ha mer kunskap om kvaliteten av denna information. Forskning på de sidor på Internet som tillhandahåller denna information visade att innehållet på en hemsida är beroende av om den är ickevinstdrivande eller kommersiell. Resultatet av forskningen skildrade även en oro i hur ickevinstdrivande webbsidor ska kunna konkurrera med kommersiella portaler när det handlar om marknadsföring och att locka till sig konsumenter. Detta är speciellt relevant för hälsorådgivare som ska förmedla de vetenskapliga meddelanden genom ickevinstdrivande och statliga myndigheters webbsidor.

1.1. Livsmedelsverkets råd om bra mat

Livsmedelsverket är ett exempel på en ickevinstdrivande verksamhet och är en statlig myndighet under Landsbygdsdepartementet (7). De arbetar för säker mat, redlig hantering och bra matvanor. De har tagit fram fem generella råd som har identifierats som de viktigaste när jämförelser gjorts mellan hur människor äter och hur de borde äta enligt Svenska näringsrekommendationer. Dessa fem kostråd presenteras nedan:

- Ät mycket frukt och grönt, gärna 500 gram om dagen. Det motsvarar till exempel tre frukter och två rejäla nävar grönsaker.
- Välj i första hand fullkorn när du äter bröd, flingor, gryn, pasta och ris.
- Välj gärna nyckelhålmärkta livsmedel.
- Ät fisk ofta, gärna tre gånger i veckan.
- Använd gärna flytande margarin eller olja i matlagningen (7).

En ändring av befolkningens matvanor i den här riktningen skulle kunna bidra till mycket stora hälsovinster (3). Målsättningen med dessa rekommendationer är att näringsbehovet ska tillgodoses samtidigt som förekomsten av övervikt, diabetes, hjärt-kärlsjukdom och vissa cancerformer ska minskas.

Den verkliga viktökningen i dagens befolkning överensstämmer inte med det smala kroppsideal som finns hos människor idag (3). Detta bidrar till att många önskar att gå ner i vikt. I en riksrepresentativ undersökning gjord 2007 av Socialstyrelsen studerades det hur vanligt det är bland personer över 16 år att försöka gå ned i vikt samt om de följde några kostråd eller inte. Bland både män och kvinnor var ungefär var fjärde person inspirerad av någon diet eller något kostråd de försökte följa, medan 11 % följde råd som stämmer överens med Livsmedelsverkets rekommendationer.

1.1.1. Frukt och grönt

Frukt och grönsaker är livsmedel som ger god mättnad då de är rika på fibrer vilka binder vatten och på så sätt ger maten en stor volym i förhållande till sitt energiinnehåll (3). En mättnad ges innan energiintaget hinner bli för stort och en ökad andel frukt och grönsaker i sitt kostintag kan således motverka viktökning. Fett och socker binder inte vatten vilket innebär att mer innehåll av detta i maten ger ett ökat intag av energi innan mättnadskänslan inträder. En amerikansk undersökning om frukt- och grönsaksintag, ”fem om dagen” program, visade att majoriteten av respondenterna inte var medvetna om vikten av att äta 500 gram frukt och grönsaker om dagen (8). De fick således inte i sig den mängd som rekommenderades. I denna vetenskapliga artikel framgick det att detta även har bekräftats från andra liknande studier. I Sverige äter vi alltför lite frukt och grönsaker jämfört med vad Livsmedelsverket rekommenderar (3). Mindre än en av tio personer äter frukt och grönsaker fem gånger om dagen.

1.1.2. Fullkorn

Hjärnan är i ständigt behov av kolhydrater från kosten för att kunna fungera optimalt (3). Kolhydrater kan delas in i två grupper, där den ena höjer blodsockret (socker och stärkelse) och där den andra inte gör detta (kostfibrer). Kostfibrer finns i fiberrika livsmedel såsom grovt bröd, gryn, fullkornsprodukter samt i ett flertal grönsaker och frukter. De ger positiva effekter på karies, tarmpassage och blodfetter samt minskar risken för fetma, diabetes, hjärt- och kärlsjukdomar och vissa former av cancer. Blodsockernivån kan även beroende på vilken fullkornsprodukt som intas sänkas. Dessutom bidrar fiberrika livsmedel med bio-aktiva substanser (växtsteroler, antioxidanter, fytoöstrogener), mineraler och vitaminer som motverkar näringsbrist.

Bröd och spannmålsprodukter baserade på fullkorn kan leda till minskad risk för bland annat hjärt- och kärlsjukdomar, diabetes och viktuppgång enligt en amerikansk studie från 2011 (9).

I USA gjordes 2008 en meta-analys av sju studier där de kom fram till att personer som åt 2,5 portioner fullkornsprodukter per dag hade jämfört med de som åt 0,2 portioner per dag 20 % lägre risk att drabbas av hjärt- och kärlsjukdomar (10). De hävdar att ansträngningar för att nå ut med budskapen om fördelarna med att välja fullkornsprodukter bör fördubblas.

En annan amerikansk undersökning visade på att ett högre intag av fullkornsprodukter associerades med en lägre risk att drabbas av typ 2-diabetes för män, speciellt för de med ett BMI under 30 (11). Forskarna i undersökningen menade att då intaget av fullkornsprodukter generellt var lågt borde det göras fler insatser för att minska kostnader för dessa produkter samt öka tillgängligheten och därmed konsumtionen av fullkornsprodukter. Detta kan då bidra till att väsentligt minska risken för typ 2-diabetes och troligen andra kroniska sjukdomar vid ihållande konsumtion av produkter innehållande fullkorn.

1.1.3. Fett

Det finns flera olika sorters fett som till exempel fleromättat, enkelomättat, mättat och transfett, vilka alla består av samma energimängd per gram (3). Dock skiljer de sig åt när det gäller kvaliteten på fettet. Fleromättat och enkelomättat fett är att föredra framför mättat fett ur hjärt- och kärlsynpunkt. Fleromättade fettsyror såsom omega-3-fettsyror finns i fet fisk, skaldjur och rapsolja, medan enkelomättade fettsyror hittas i raps- och olivolja, nötter och kyckling. De fleromättade fettsyrorerna kan inte tillverkas av kroppen vilket gör det än mer viktigt att få i sig dem via maten. De mättade fettsyrorerna vilka bland annat finns i charkuteri- och mejerivaror har skadliga effekter då de höjer ”det onda kolesterolet” (LDL) vilket ger en fettinlagring i och omkring inälvor som kan leda till åderförkalkning. Transfett har samma inverkan på LDL som det mättade fettet samtidigt som det även sänker ”det goda kolesterolet” (HDL) vilket skyddar mot hjärt- och kärlsjukdomar. Transfettet finns naturligt i feta mjölkprodukter och kan också tillverkas kemiskt ur bland annat oliv- eller rapsolja.

Genom att minska intaget av mättat fett och öka intaget av enkelomättat fett kan blodtrycket sänkas vilket har påvisats i en studie gjord i USA 2005 (12). 162 slumpmässigt utvalda personer deltog och fick antingen äta en diet med enkelomättade fettsyror eller en med mättade fettsyror. Resultatet visade att de som åt en diet med enkelomättade fettsyror sänkte sitt blodtryck till skillnad från den andra gruppens blodtryck som inte ändrades nämnvärt. De tog även upp att det är fettkvaliteten som borde tas större hänsyn till än den mängd fett som konsumeras.

Under den finska studien Diabetes Prevention Study (DPS) 2005 medverkade 522 överviktiga, medelålders män och kvinnor med försämrad glukostolerans (13). Slumpmässigt fick de antingen standardvård (kontrollgrupp) eller en intensiv kost- och motionsrådgivning. Denna studie visade på att en långsiktig viktneidgång uppnåddes bäst genom att minska intaget av energitäta och feta livsmedel samt att öka fiberintaget. När det gäller långsiktiga hälsofördelar stödjer resultaten validiteten av de nuvarande kostrekommendationerna till allmänheten, att minska på intaget av mättat fett och öka fiberrika fullkornsprodukter och frukt- och grönsaksintaget. Detta är inte bara viktigt för den allmänna hälsan utan även för att fortsätta gå ned i vikt och att förebygga typ 2-diabetes.

1.1.4. Fisk

Livsmedelsverkets råd angående fisk är tre portioner fisk och skaldjur per vecka och det är även bra om en av dessa tre fiskmåltider består av fet fisk (14). Då en anmärkningsvärd andel av befolkningen över 50 år har en förhöjd risk för hjärt- och kärlsjukdom skulle en ökning av fiskkonsumtionen i enlighet med kostråden sannolikt ge en minskad risk för detta, speciellt

bland dem som konsumerar lite eller ingen fisk alls och för dem med förhöjd faktor för hjärt- och kärlsjukdom.

1.1.5. Nyckelhålmärkning

För att underlätta för konsumenten har Livsmedelsverket en symbol som kallas för Nyckelhålet (15). Den är till för att vägleda konsumenten till de mer hälsosamma alternativen, både vid matinköp och även vid restaurangbesök. För att ett livsmedel ska bli nyckelhålmärkt krävs det att livsmedlet uppfyller minst ett eller flera av nedanstående villkor i jämförelse med andra livsmedel av samma typ.

- Mindre och/eller nyttigare fett.
- Mindre socker.
- Mindre salt.
- Mer kostfiber och fullkorn.

För att nyckelhålet ska få användas finns även gränsvärden för respektive villkor. Alla som vill äta hälsosamt, både vuxna, ungdomar och barn kan välja nyckelhålmärkta produkter. Eftersom det är viktigt att äta varierat för att få i sig alla de näringsämnen kroppen behöver finns nyckelhålet därför märkt på flera olika typer av livsmedel.

1.2. Hälsokommunikation

Att designa mediala meddelanden om kost och hälsa samt vilka strategier som är de mest effektiva har undersökts i en amerikansk studie (16). Media är idag full med information och nyheter om nutrition, hälsa och dieter, vilka oftast ses varje dag i tidningar, på tv och Internet. I studien gavs till exempel en sökning på ”nutrition advice” på Google en träff på över 46 miljoner webbsidor. Amerikaner bombarderas idag av information i media om kost och hälsa. Vissa av dessa är baserad på sunda och vetenskapliga bevis medan andra är missledande och motiverade av vinst. Medicinska nyheter är ofta rapporterade utan någon kontext och med konkurrerande expertutlåtanden vilket gör det än mer förvirrande för konsumenten. Det finns även flera andra studier som stödjer detta fenomen (4,5). I en annan undersökning menade forskarna att media är en välkänd plattform för utbildning inom kost (2). Forskningen visade att specifikt hälsotidsskrifter var mycket inflytelserika när det gällde deras inverkan på kost och hälsa.

1.2.1. Hälsokommunikationsmodell

Enligt forskarna i ovan nämnda studie bör nutritionsexperter innan en hälsofrämjande kampanj eller enbart hälsobudskap ska konstrueras kunna svara på följande frågor (16):

- Vem/vilka är målgruppen och hur kan de bli indelade på ett meningsfullt sätt?
- Vad är kommunikationsmålet för varje målgrupp (ökad kunskap, attitydförändringar, beteendeförändringar)?
- Vad är de nuvarande kost- och hälsoföreställningar och praxis för varje grupp?
- Hur relevant är denna nutritionsfråga för målgruppen? (Hur mycket bryr de sig? Hur motiverade är de att bry sig? Hur mycket tror de att denna fråga gäller dem personligen?)

- Hur kapabla är målgruppen för att förstå informationen? (Hur utbildade är de? Hur gamla är de? Gillar de att ha ett kritiskt förhållningssätt till frågor?)
- Hur ser mediavanorna ut för varje målgrupp? (Var går varje grupp för att hämta information om kost och hälsa? Vilka medieutlopp uppfattas som mest trovärdiga?)

Enligt en annan amerikansk studie är den nuvarande informationsmiljön runt kost och nutrition komplex och ofta förvirrande för allmänheten (17). Kost och nutrition är ämnen som väcker stort medialt intresse och informationsmiljön är fylld av nyhetsbevakningar om diverse dieter, viktminskningsprogram, ätstörningar och fetma. Denna miljö tillsammans med att företagen spenderar hundra miljontals dollar på marknadsföring av livsmedel utgör en utmaning i kommunikationen utav kost och hälsa. Även om många faktorer spelar in i varje persons val av mat är en folkhälsokommunikation ett sätt att främja kunskap om lämpliga kostval samt förändring av normer och föreställningar om hälsosam kost.

Media spelar en avgörande roll för att konsumenten ska kunna skilja på fakta från fiktion för att kunna göra hälsosamma val, men i slutändan är det ändå konsumenten som bestämmer vad det blir till middag (4).

Livsmedelsverket har sedan sin omorganisation år 2011 en avdelning som arbetar helt med utvärdering av verksamheten (18). De har efterlyst undersökningar om hur kostråden uppfattas av olika grupper i samhället. För denna uppsats har därför den specifika gruppen ”unga vuxna” valts för att ta reda på vilken inställning de har till kostråden.

2. Syfte

Syftet med denna studie var att undersöka vad studenter i Uppsala har för kunskap och inställning till kostråd och speciellt Livsmedelsverkets fem kostråd.

Utgångspunkten för syftet och frågeställningarna har sin grund i den modell som presenterades i bakgrunden vilken tar upp hur mediala meddelanden om kost och hälsa kan designas samt vilka metoder som är de mest effektiva för detta (16). De mest relevanta frågorna från modellen för denna undersökning har valts ut och sedan omformulerats för att kunna tillämpas på bästa sätt för den kommande studien.

3. Metod

Den modell som frågeställningarna utgår ifrån har, som tidigare nämnts, omarbetats för att syftet med denna undersökning ska kunna besvaras på bästa sätt (16). Då målgruppen redan hade fastställts i samråd med Livsmedelsverket inkluderades inte frågan om målgrupp tillsammans med frågorna om kommunikationsmål och hur kapabla målgruppen är att förstå informationen eftersom en avgränsning var tvungen att ske. Utifrån modellen och de frågeställningar för denna studie konstruerades en enkät.

Den avsedda målgruppen var studerande vid olika campusområden vid Uppsala Universitet från Biomedicinska centrum (BMC), Ekonomikum, Ångströmlaboratoriet, Engelska parken samt Blåsenhus. Dessa enheter har program och kurser med olika inriktningar vilka kunde bidra med en viss representativitet för målgruppen. Två institutioner på vardera enhet, sammanlagt 10 stycken, kontaktades via mail som i sin tur vidarebefordrade det färdiga

materialet till 20 studenter på respektive institution. Sammanlagt skickades enkäten först ut till 200 studenter.

Valet av målgrupp motiveras genom att Livsmedelsverket efterfrågade en utvärdering av denna målgrupps inställning till deras kostråd. Målgruppen har även god datavana och de är dagens och morgondagens konsumenter som både kan påverka och eventuellt påverkas. En högre svarsfrekvens kunde förhoppningsvis erhållas med detta val av målgrupp då studenter troligen vill hjälpa andra studenter med ett uppsatsarbete.

Med denna undersökning lämpade sig en kvantitativ metod då syftet med denna studie bättre kunde uppnås (19). Bland dessa metoder valdes en webbaserad enkätundersökning. Tidpunkt för utskicket skedde på en måndag och inte i samband med några högtider eller helgdagar för att på så sätt undvika eventuella bortfall.

Två pilotstudier genomfördes innan den slutgiltiga enkäten konstruerades. Den första pilotstudien delades ut i pappersform till 20 studenter på BMC och bestod av 11 frågor med öppna svarsalternativ (Bilaga 1). Dessa frågor hade sin grund i de frågeställningar som framtagits ur den modell som presenterades i bakgrunden (16). Syftet med denna pilotstudie var att utifrån öppna svaralternativ få förslag på hur de fasta svaralternativen till enkäten kunde utformas. I pilotstudie 2 konstruerades enkäten i Google docs enkätverktyg och innehöll 13 frågor inklusive tre bakgrundsfrågor om kön, ålder och pågående utbildning. Av dessa 13 frågor hade en fråga ett öppet svaralternativ medan nio frågor hade fasta svaralternativ (Bilaga 2). Av de fasta svaralternativen kunde flera svaralternativ ikryssas. Vid alla fasta svaralternativfrågor förutom två fanns det möjlighet till att kommentera genom att fylla i en textruta vid svaralternativet ”övrigt”. Detta gav en möjlighet till djupare förståelse då respondenterna kunde svara utifrån egna preferenser. Även denna pilotstudie genomfördes på BMC med utskriften från Google docs enkätverktyg där 10 studenter deltog. De medverkande i pilotstudierna är jämförbara med den population som är tänkt för undersökningen (19).

Efter genomförda pilotstudier kunde den slutgiltiga enkäten utformas vilken inte skiljde sig mycket från pilotstudie 2. Även den bestod av 13 frågor och konstruerades i Google docs enkätverktyg (Bilaga 3). Under konstruktionen av både pilotstudier och den slutgiltiga enkäten har medarbetare på Livsmedelsverket kommit med tips och synpunkter på förbättringar av dess utformning. Analysarbetet skedde med hjälp av Google docs enkätverktyg samt genom egen konstruktion av diagram. Resultatet för de fasta svaralternativen redovisades med hjälp av diagram för att få en bild över respondenternas svar. Diagram är en figur som ger en visuell bild som tydligt beskriver mönster och helheter (20). Frågan med det öppna svaralternativet bearbetades på ett mer kvalitativt sätt där kodord och teman togs ut för att lättare få en överblick över vilka kostråd de skulle ge sig själva eller en närstående utan särskilda hälsoproblem för att må bra (19). Då syftet med analysen av den öppna frågan samt för svaralternativen ”övrigt” i kryssfrågorna var att få reda på vilka uppfattningar respondenterna hade kring frågan låg inte fokus på det antal som sagt vad. Eftersom det gick att välja flera svaralternativ i kryssfrågorna översteg den totala summan av svaren på dessa frågor 100 %. Detta gällde dock inte bakgrundsfrågorna då det inte fanns möjlighet till fler svar än ett.

Med enkäten skickades även ett följebrev ut vilket utformades utifrån Göran Ejlertssons bok *Enkäten i praktiken: en handbok i enkätmetodik* (21). Det är viktigt att bland annat tänka på att språket anpassas till målgruppen, att det inte är alltför långt och att undersökningens syfte tydligt framkommer då ett följebrev konstrueras (Bilaga 4). Två veckor efter första utskicket av enkäten skickades ett påminnelsebrev ut till samtliga för att få en sådan hög svarsfrekvens

som möjligt. Denna framställdes även med hjälp av ovan nämnda bok. Här presenterades än en gång undersökningens syfte och det var av stor vikt att inte döma de som ännu inte besvarat enkäten utan med en positiv klang uppmana dem att delta (Bilaga 5).

Då svarsfrekvensen var väldigt låg efter en veckas tid skickades ytterligare 100 enkäter ut för att säkerställa god kvalitet på undersökningen. Tidpunkt för utskicket skedde på en fredag då det var nödvändigt att skicka ut enkäten så fort som möjligt. Enkäterna skickades ut till ytterligare studenter i de olika klasserna från samtliga institutioner som tidigare har presenterats. Då den slutgiltiga enkäten inte förändrades nämnvärt från pilotstudie 2 har svaren från denna pilotstudie inkluderats för att utöka det totala underlaget. Sammanlagt skickades 310 enkäter ut och av dem besvarades 130 stycken. Svarsfrekvensen för denna undersökning uppgick till 42 %.

3.1. Etiska reflektioner

Vid planering av en enkätundersökning rörande människor är det viktigt att ta hänsyn till etiska principer (21). I Sverige finns en etiklag som reglerar detta och i all forskning samt undersökningar som inte har något forskningsändamål ska detta tas i anspråk. Det finns fyra krav från Vetenskapsrådets forskningsetiska principer, vilka är informationskravet, samtyckeskravet, konfidentialitetskravet samt nyttjandekravet. Det första kravet innebär att medverkande personer har rätt att få ordentlig information om undersökningens syfte samt att det är frivilligt att delta. Med det andra kravet menas att ett samtycke från deltagaren krävs om dess medverkan i studien. I en webbaserad enkät uppfylls detta krav då de besvarar enkäten. Det tredje kravet betyder att deltagarnas personuppgifter inte ska kunna nå ut till obehöriga medan det sista kravet säger att personernas uppgifter inte får användas för något annat än för det ändamål enkäten avser.

För att uppfylla dessa krav har ett följebrev med detta i beaktande utformats för att respondenterna ska få ta del av den information de har rätt till (Bilaga 4).

4. Resultat

4.1. Bakgrundsfrågor

Av de 130 respondenterna var 56 män och 74 kvinnor. Ett medelvärde räknades ut för att bäst beskriva åldersfördelningen av respondenterna, vilken uppgick till 23 år. Detta genomsnittsmått valdes istället för typvärde eller median på grund av att inga extremvärden fanns bland respondenternas ålder. Det fanns en individ i 50-års ålder vilket skulle kunna tolkas som ett extremvärde men då en uträkning gjordes där denna exkluderades ändrades inte medelvärdet nämnvärt då det genomsnittliga värdet även då blev 23 år. Medelvärdet är även det mått som ger mest information om kvantitativ data (22).

4.2. De kostråd respondenterna skulle ge

De råd som respondenterna angav mest var att det var viktigt att äta regelbundet samt att äta en varierad kost med mycket frukt och grönsaker. Många gav även rådet att undvika onyttigheter såsom godis, läsk, snabbmat samt hel- och halvfabrikat. Att ha en balanserad kost, det vill säga att inte äta mer än vad som förbrukas, ansåg en del av respondenterna vara ett bra kostråd. Även om endast kostråd efterfrågades nämnde många av respondenterna andra hälsoaspekter som kan ha god inverkan på livskvaliteten. Bland annat togs motion, sömn samt att undvika rökning upp. Det var också många som nämnde att äta naturliga råvaror hemlagade från grunden. Ofta dök begrepp upp såsom att ”äta rätt/nyttigt/normalt/det man

mår bra av”. Något som även tydligt framgick var att intaget av kolhydrater skulle minskas och proteinintaget ökas samtidigt som flera sade att köttkonsumtionen borde minskas och att vegetarisk mat borde ingå mer i människors kosthållning.

10 % av respondenterna nämnde vikten av fibrer och fullkornsprodukter samt att dricka mycket vatten. Några få nämnde betydelsen av att äta mindre salt och fett, undvika alkohol, äta mer fisk, ekologiska och miljövänliga produkter. Vissa menade att det var okej att unna sig onyttigheter ibland och att det är viktigt att äta det som är gott. Det var några få respondenter som angav Low Carb High Fat (LCHF) som ett kostråd de följde. Få ansåg att moderna dieter bör undvikas.

4.3. Respondenternas informationskällor angående kost

Den huvudsakliga källan för att inhämta information om kost visade sig vara Internet följt av familj och vänner samt tidningar (Fig. 1). En del av de som kryssade för alternativet ”övrigt” nämnde att de av egen erfarenhet hade sig själv som en källa för information samt från sin läkare och vårdguiden. Några angav att de inte visste varifrån de hämtade sin information medan andra sade att de undvek all information om kost samt att de inte är intresserade.

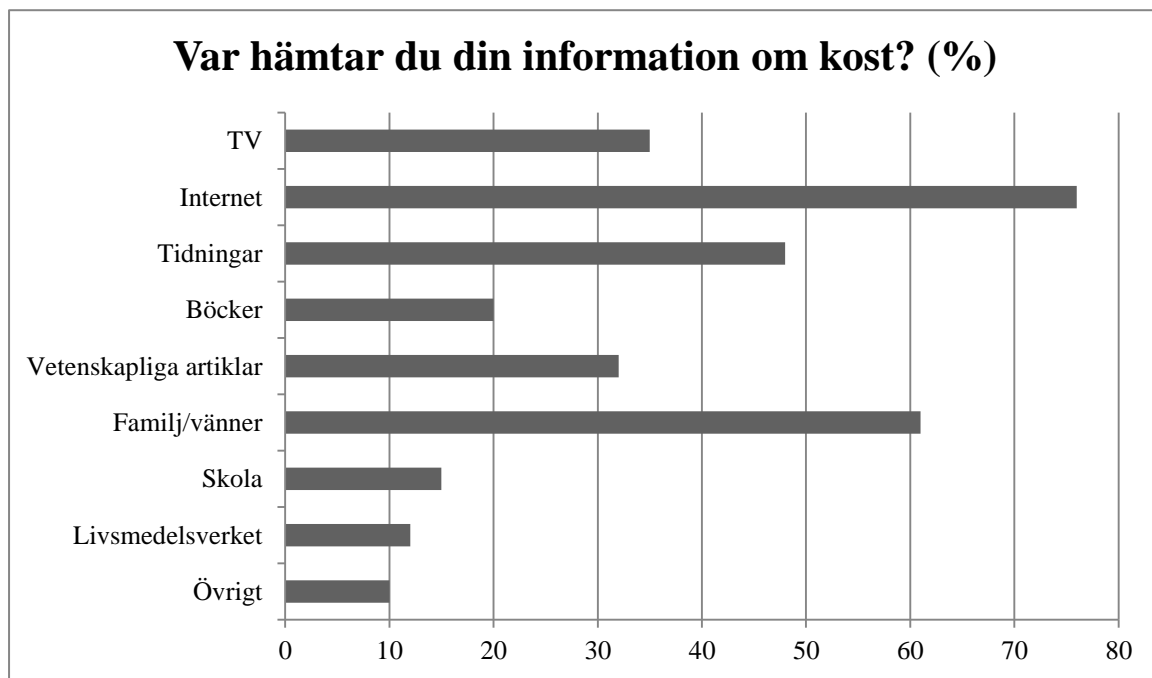


Fig. 1. Fördelningen över de källor respondenterna inhämtar sin information om kost (n=123).

4.4. Kunskap och inställningar till Livsmedelsverkets fem kostråd

Nästan hälften av respondenterna hade hört talas om Livsmedelsverkets fem kostråd medan 11 % inte kände igen något av råden (Fig. 2). Av de fem kostråden var frukt och grönt mest välkänt, följt av fullkornsprodukter och fisk 3 gånger per vecka. De kostråd som respondenterna minst hade hört talas om var flytande margarin eller olja samt nyckelhålmärkta livsmedel.

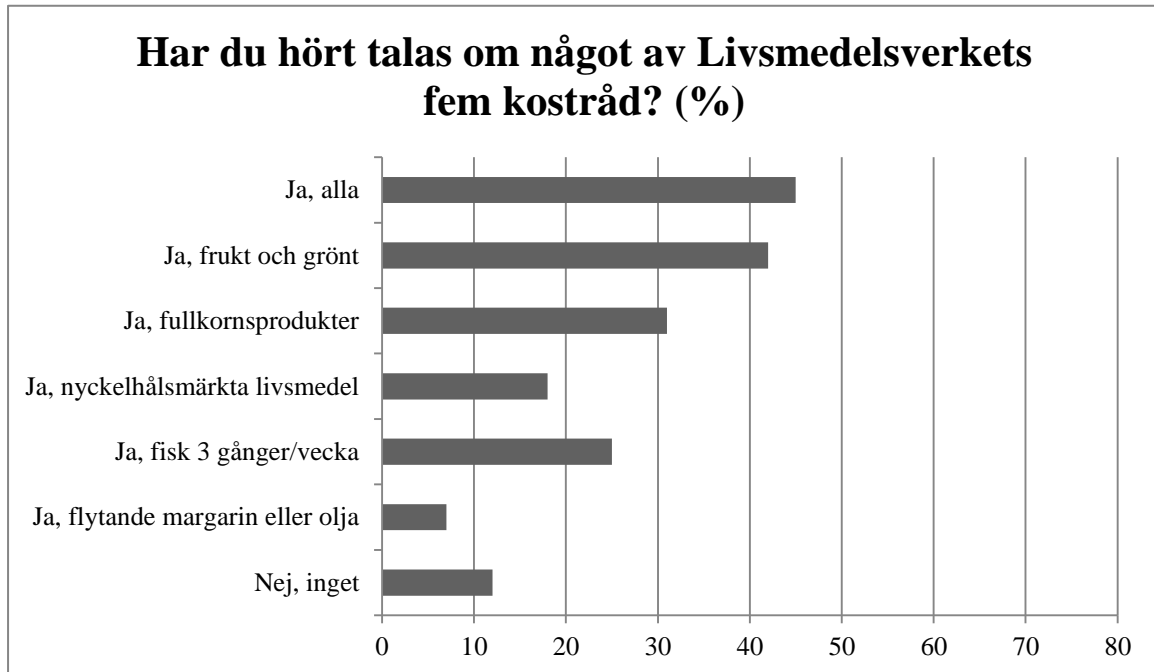


Fig. 2. Fördelningen över vilka kostråd respondenterna har hört talas om (n=128).

De flesta av respondenterna hade en positiv uppfattning om kostråden. Exempelvis ansåg drygt 70 % att kostråden var hälsosamma medan endast 3 % såg dem som ohälsosamma (Fig. 3). Några av de respondenter som valde alternativet ”övrigt” nämnde bland annat en oro över rådet om fisk. De ansåg att det inte verkade hållbart miljömässigt med en sådan konsumtion. Några menade även att råden inte var anpassningsbara för alla, speciellt rådet om fullkorn då alla inte mår bra av att äta fullkornsprodukter. Andra synpunkter var att råden var dyra att följa, exkluderande, baserade på vinklad forskning samt att nyckelhålet var omodernt.

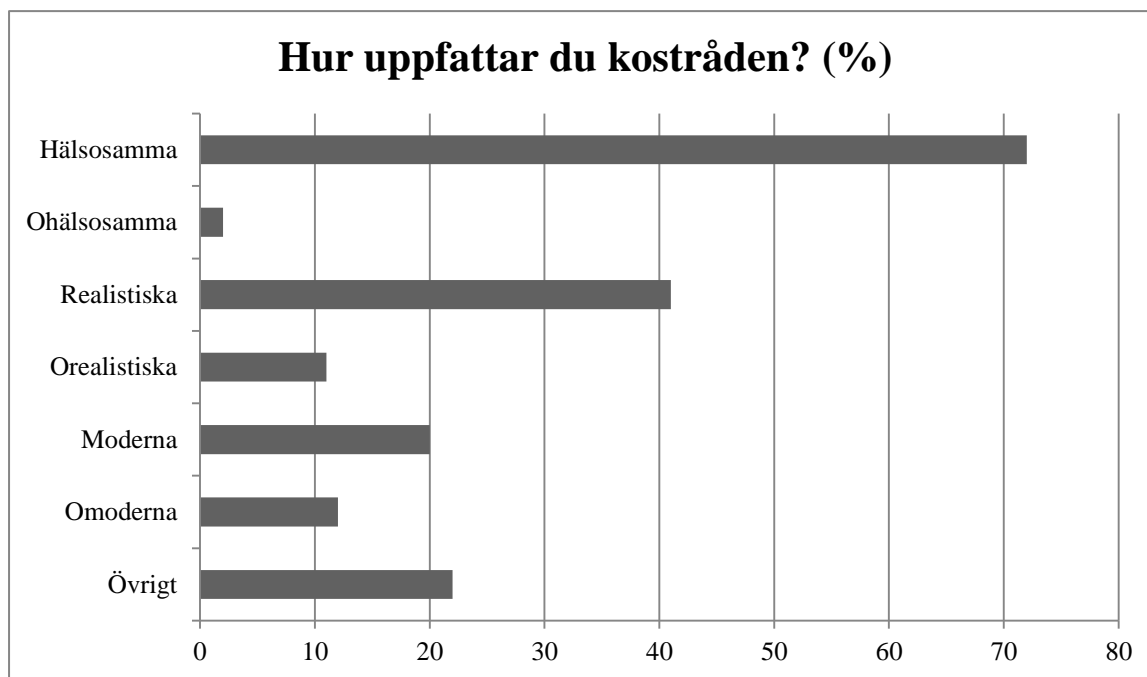


Fig. 3. Fördelningen över hur respondenterna uppfattar Livsmedelsverkets fem kostråd (n=127).

Drygt 70 % av respondenterna följde något av råden medan 24 % av dem inte gjorde det. En del av de respondenter som valde att kryssa i ”övrigt” sade att de bland annat följde något av dessa råd tillsammans med andra kostråd (Fig. 4). En del hade intentionen att följa råden och vissa följde dem ibland. Även bland kommentarerna från ”övrigt” framgick det att nyckelhålmärkta livsmedel inte ansågs vara aktuella.

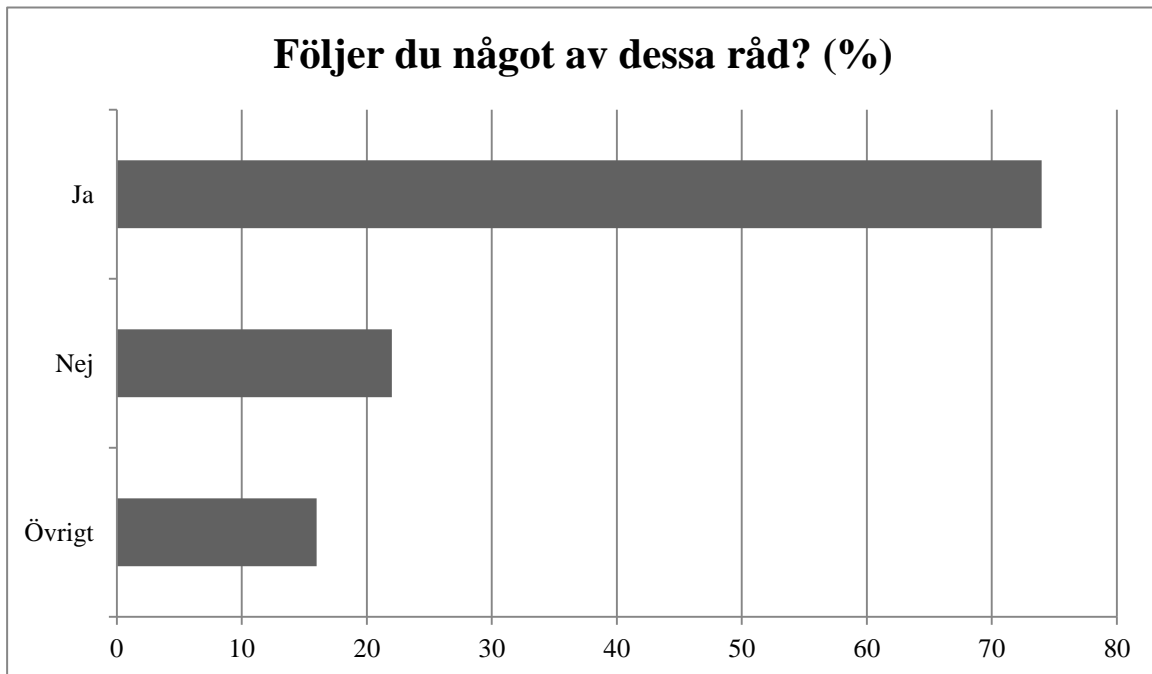


Fig. 4. Fördelningen över huruvida respondenterna följer Livsmedelsverkets kostråd eller inte (n=128).

De kostråd respondenterna följde mest visade sig vara råden om frukt och grönt som följdes av 65 %. Därefter följdes rådet om flytande margarin eller olja av 58 % liksom rådet om fullkornsprodukter som följdes av 58 %. 20 % av respondenterna följde rådet om fisk medan 18 % följde rådet om nyckelhålmärkta livsmedel.

40 % av de respondenter som inte följde Livsmedelsverkets fem kostråd följde inte heller något annat råd. De råd som de flesta annars följde var ekologiska och miljövänliga produkter. Några av respondenterna som kryssat för ”övrigt” beskrev att de istället för att följa något specifikt råd lyssnade mycket på sig själva och åt det som fick dem att må bra.

Nästan hälften av respondenterna åt inte efter några specifika råd. De som följde Livsmedelsverkets råd gjorde det till största del för att de ansågs vara hälsosamma och realistiska. Kommentarer i övrigt som kunde utläsas varför råden inte följdes var exempelvis att den vetenskapliga grunden inte var att lita på, det var jobbigt att laga mat, ekonomiska skäl, råden ansågs vara omoderna och endast till för dem som är ohälsosamma samt att det kunde vara förvirrande att följa olika riktlinjer och dieter.

Betydligt fler respondenter litade helt på råden än de som inte alls litade på dem (Fig. 5). De som litade helt på råden tillsammans med de som delvis litade på råden uppgick till mer än 90 % av respondenterna. De som valde det övriga alternativet nämnde bland annat att kostråd förändras med tiden men att dessa råd var logiska och ansågs nyttiga, att det antagligen finns andra modeller som fungerar lika bra och att Livsmedelsverket är partiska.

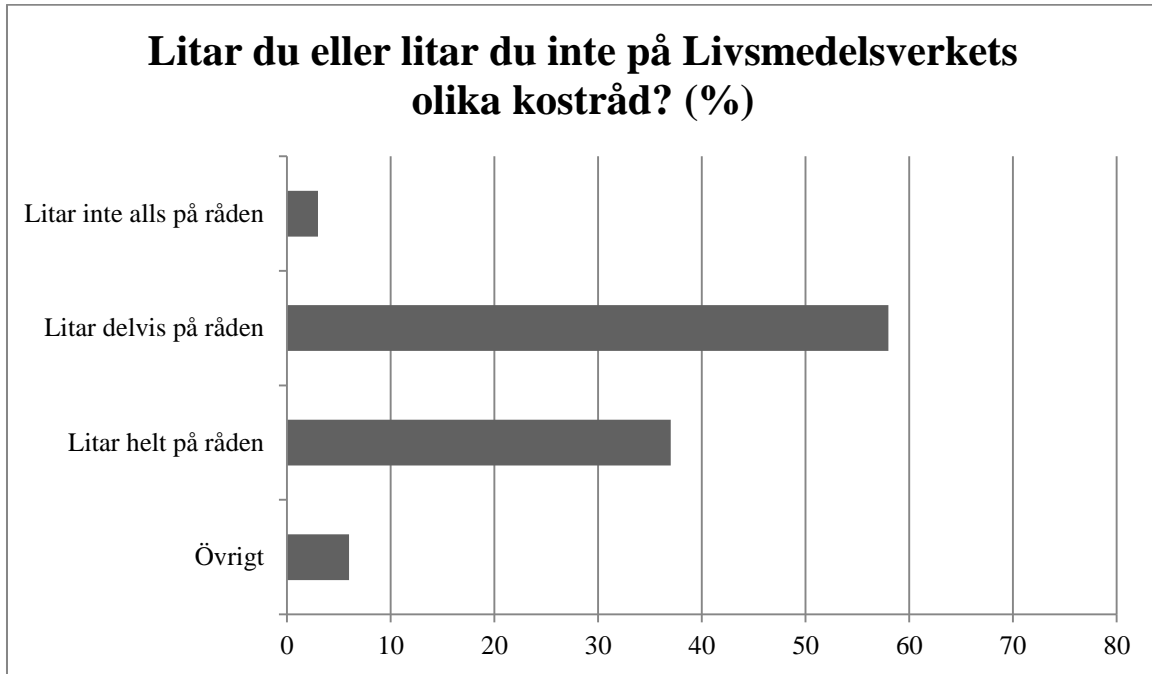


Fig. 5. Fördelningen över huruvida respondenterna litar på Livsmedelsverkets kostråd (n=127).

4.5. Förslag på hur Livsmedelsverkets fem kostråd kan förmedlas

Med 56 % var utbildning i förskola och skola det förslag som de flesta respondenter föredrog, tätt följt av reklam eller info via sociala medier med 48 % och reklam eller info via Internet med 44 % (Fig. 6). De som svarade ”övrigt” menade att Livsmedelsverkets kostråd borde förankras i all livsmedelsbaserad information samt att det var viktigt att få fram att nyttig mat både kan vara god och rolig.

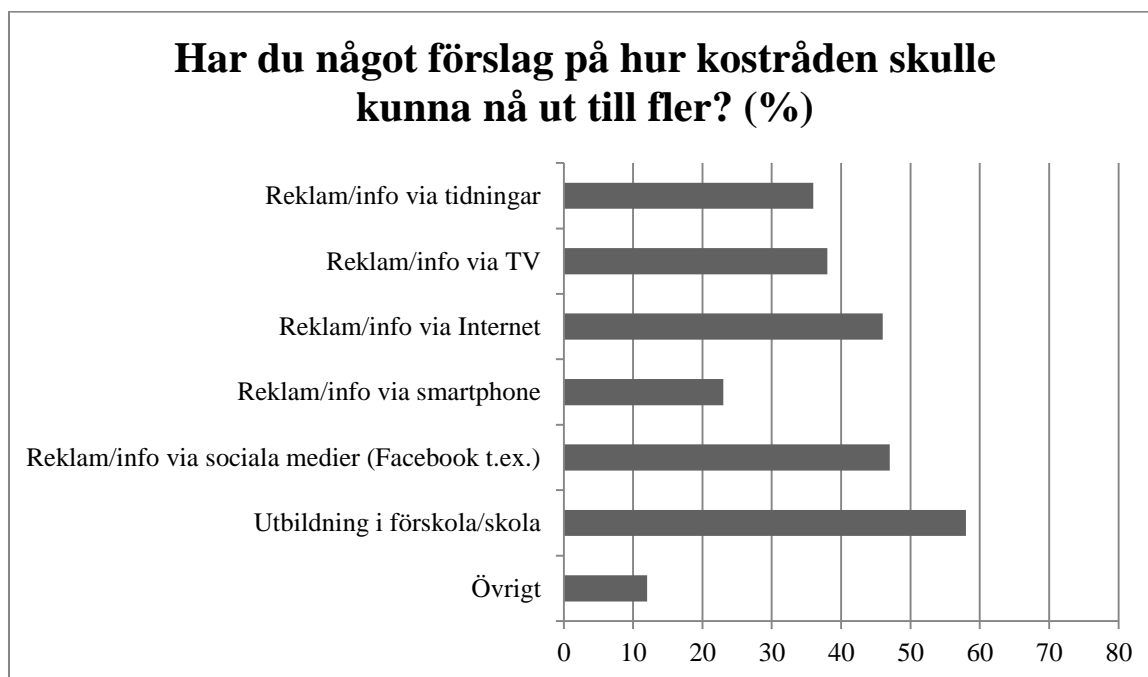


Fig. 6. Fördelningen över hur Livsmedelsverkets kostråd skulle kunna nå ut till fler (n=118).

5. Diskussion

5.1. Metoddiskussion

Med den metod som valts gick det att nå ut till fler personer än med till exempel kvalitativa undersökningar (19). Även jämförelser i form av tabeller och diagram kunde göras som på ett tydligt sätt presenterade resultatet av den genomförda studien. Just webbaserade enkäter var även kostnadseffektiva och tidssparande samtidigt som Internet är ett naturligt medium för den valda målgruppen. Det blev heller ingen intervjuareffekt och respondenterna kunde svara när och var de ville. Nackdelar med en enkät kan till exempel vara att det är svårt att bistå med hjälp vid eventuella frågor som kan uppstå hos respondenterna. Dock fanns kontaktuppgifter med i följebrevet vid eventuella frågor. En ytterligare nackdel är att de kan läsa igenom alla frågor innan enkäten besvaras. Det går inte att vara säker på vem som faktiskt besvarar enkäten och det förekommer ofta stora bortfall. Då enkäten hade fasta svarsalternativ kan det ha påverkat respondenten att svara på ett visst sätt vilket i sin tur kan ha inverkat på resultatet (20). För att minska risken för eventuella oklarheter gällande enkätens frågor genomfördes två pilotstudier innan den slutgiltiga enkäten konstruerades.

Något som eventuellt hade genererat en högre svarsfrekvens kunde ha varit att besöka respektive institution och delat ut enkäterna på plats. På grund av begränsad ekonomi och tidsbrist valdes istället att konstruera en webbaserad enkät. För att få fler att ställa upp i undersökningen hade biobiljetter eller något liknande kunnat utlottas som belöning för ett deltagande. Detta var dock inte möjligt då det inte var tillåtet att lotta ut något dylikt i samband med denna studie.

Denna undersökning hade en svarsfrekvens på 42 % och antalet besvarade enkäter uppgick till 130 av de 310 som skickades ut. Det externa bortfallet uppmättes till 180 stycken som inte deltog i undersökningen. Ett visst internt bortfall uppmättes vilket har redovisats i figurtexterna i resultatdelen. Överlag svarade de flesta respondenter på frågorna men på frågan varför eller varför inte de följde Livsmedelsverkets kostråd uppmättes det största interna bortfallet då 21 personer inte kryssade i något svarsalternativ. Det hade varit önskvärt med en omformulering av vissa frågor i enkäten. Då det kan uppstå förvirring hos respondenten med en dubbeltydig fråga skulle just frågan med det största interna bortfallet delats upp i två frågor från början. Frågan ”Litar du eller litar du inte på Livsmedelsverkets olika kostråd?” hade kunnat ändras till ”Litar du på Livsmedelsverkets kostråd?” för att även här undvika två frågor i en och därmed underlätta för respondenten. Även frågorna ”Om ja, vilken/vilka?” samt ”Om nej, följer du några andra kostråd?” kan uppfattas som förvirrande. Det är möjligt att följa råd från Livsmedelsverket samtidigt som andra kostråd följs.

Då svarsfrekvensen var väldigt låg en vecka efter första utskicket sändes ytterligare 100 enkäter ut för att förhoppningsvis få in fler svar och höja svarsfrekvensen. Tidpunkten för detta utskick var en fredag innan en långhelg vilket kan vara olämpligt då många är upptagna med annat. Anledningen till att detta utskick gjordes just då var på grund av tidsbrist. Trots tidpunkten för utskicket erhöles fler svar som var välbehövligen för studien. Ytterligare ett försök att få fler deltagare var det påminnelsebrev som skickades ut två veckor efter det första utskicket. Även här inkom fler besvarade enkäter. Från början hade de utvalda institutionerna kunnat tillfrågas om de hade möjlighet att skicka ut enkäten till en större grupp. Detta hade eventuellt bidragit till fler svar men det är osäkert om svarsfrekvensen hade överstigit 42 %.

I efterhand hade processen med utskick och kontakt med målgruppen kunnat struktureras upp på ett annat sätt. Till exempel hade ett gemensamt mailkonto kunnat skapas för att där samla all korrespondens angående undersökningen. För en större översikt över de studenter som mottog enkäten via mail från respektive institution hade en insamling av deras mailadresser kunnat genomföras med hjälp av kontakterna från respektive institution.

Respondenterna kan ha påverkat resultatet av denna studie då de som svarade på enkäten kan ha tillhört extremerna, det vill säga de som har ett intresse av att föra fram sin åsikt vare sig den är positiv eller negativ. Eftersom det blev relativt få som besvarade enkäten kan de som deltog i undersökningen därför tillhöra någon av dessa grupper. Flest besvarade enkäter var från studenter på apotekarprogrammet, systemvetarprogrammet och civilingenjörsprogrammet för teknisk fysik. Då två av dessa var från Ångströmlaboratoriet och en från BMC kan det ha påverkat resultatet genom att en viss typ av student deltagit i undersökningen. Å andra sidan var det många från andra utbildningar som deltog vilket kan ha givit en mångfald bland svaren.

5.2. Resultatdiskussion

5.2.1. Respondenternas bakgrund

Könsfördelningen bland respondenterna var relativt jämn med 57 % kvinnor och 43 % män medan den genomsnittliga åldern låg på 23 år. Åldern faller in i kategorin ”unga vuxna” vilket stämmer överens med målgruppen för denna studie. Denna ålderskategori var relevant för undersökningen då det är den grupp som är av intresse att studera.

5.2.2. Nuvarande kost- och hälsoföreställningar

Till skillnad från det som nämndes i den amerikanska undersökningen om frukt- och grönsaksintag verkade respondenterna i denna studie vara medvetna om fördelarna med att äta

mycket frukt och grönt då de rekommenderar det till sig själva och andra i sin närhet (8). Överlag tycktes det som att de var medvetna om vad som är bra respektive mindre bra att äta eftersom de betonar vikten av att äta regelbundet och en varierad och balanserad kost samt att undvika olika typer av onyttigheter. Några valde även att inkludera mycket sömn, motion och att undvika rökning som en del av kostråden trots att dessa är mer allmänna hälsorekommendationer. Även rekommendationer om fibrer och fullkornsprodukter gavs av flera respondenter och verkar således vara välkända bland målgruppen. Något som däremot inte togs upp nämnvärt var rekommendationer om att äta fisk tre gånger per vecka samt minska konsumtionen av fett och salt vilka kan kopplas till nyckelhålmärkta livsmedel. Detta kan vara något som bör förmedlas ytterligare till allmänheten.

Många nämnde ”naturlig mat” som betydelsefull och ofta förekom även begrepp såsom att ”äta rätt/nyttigt/normalt/det man mår bra av”. Dessa begrepp kan ha olika betydelser beroende på person och det kan vara svårt att veta vad en individ egentligen menar. Detta tas även upp i en undersökning från 2002 gjord i Australien (23). Framtida forskning för att undersöka hur konsumenter ser på vad som är naturlig mat vore eventuellt aktuellt.

”Naturlig mat” kan eventuellt tolkas som livsmedel fria från tillsatser såsom vissa e-ämnen. Kanske vore det aktuellt för Livsmedelsverket att utforma en symbol som visar konsumenten vilka livsmedel som är fria från dessa ämnen eller lyfta fram frågan om vad tillsatser är bra för, när de behövs och när de inte behövs. Många tillsatser är nödvändiga för livsmedelshygienisk säkerhet och tillsatser kan därför inte helt uteslutas i alla livsmedel (24). Det finns en symbol på marknaden idag som en livsmedelskedja använder sig av vilken underlättar för konsumenten som önskar produkter utan tillsatser, dock kan denna märkning vara vilseledande. Trots att varan marknadsförs som ”Äkta vara, mat utan tillsatser” kan de ändå innehålla tillsatser som är nödvändiga för produkten.

Det kan även innebära matlagning från grunden med naturliga råvaror och inte hel- och halvfabrikat vilket på ett sätt hör samman med rena och färska råvaror utan onödiga tillsatser. Dock behöver inte hel- och halvfabrikat endast vara dåligt. Helfabrikat såsom filmjök, mjök, müsli och bröd samt halvfabrikat som frysta grönsaker, havregryn, honung och pasta är livsmedel som är svåra att utesluta i den dagliga kosten och det finns ingen anledning att göra det heller.

Begreppen skulle även kunna kopplas till närproducerade eller miljövänliga produkter samt ekologiska livsmedel utan kostgödning och kemisk bekämpning. Dessa kostinriktningar kunde även utläsas i resultatet där flera respondenter följde dessa råd. Det kan även höra samman med vad individen själv känner är bra mat både fysiskt och psykiskt. Livsmedelsverkets kostråd kan utan problem följas av de som strävar efter att äta naturlig mat oavsett individens definition av begreppet.

Ett återkommande råd som respondenterna gav var att minska intaget av kolhydrater och öka proteinmängden. Detta kan kopplas till hur samhället ser ut idag med dieter som till exempel LCHF. Det fanns även de som förespråkade att äta mer vegetariskt och att dra ned på köttkonsumtionen.

5.2.3. Källor för information om kost

Resultatet visade att den största informationskällan för kost var Internet samt familj och vänner. Denna målgrupp med en genomsnittsålder på 23 år har under större delen av sitt liv använt sig av datorer och har på så vis en god datavana. Det är följaktligen inte förvånande att Internet var en stor källa för inhämtning av information om kost. På Internet finns en stor variation gällande kvaliteten på fakta om kost vilket har konstaterats i tidigare nämnda studier

(6,16). Kanske kan ett förslag på framtida forskning vara att undersöka vilka Internetkällor som anses extra viktiga, såsom Facebook, Twitter, diskussionsforum, bloggar, företags- och myndigheters webbplatser. Detta kan vara intressant för Livsmedelsverket då de således kan ta reda på var de kan rikta sin information. Familj och vänner verkar även ha en betydelsefull roll i en individs sökande om kostrelaterade frågor men även där kan kvaliteten variera.

5.2.4. Inställningar till Livsmedelsverkets kostråd

Undersökningens resultat visar på att nästan hälften av respondenterna kände till Livsmedelsverkets fem kostråd och att över 70 % av dem följde något av dessa råd. De råd som flest kände igen var det om frukt och grönt vilket kan tolkas som intressant då tidigare forskning konstaterat att intaget av frukt och grönsaker i Sverige är lågt i jämförelse med rådet om ”fem om dagen” (3). Även fast det kanske finns en viss typ av medvetenhet om vad som är rätt att äta verkar det som att det finns faktorer som gör att de inte följs. Även råden om fullkornsprodukter och fisk kände många till.

Majoriteten av respondenterna hade en positiv inställning till kostråden. Bland annat uppfattades de som hälsosamma och realistiska vilket kan förklara att så många följde något av dessa råd. Det råd som följdes mest var även det som de flesta kände till, nämligen rådet om frukt och grönt. Det är intressant att rådet om flytande margarin eller olja var det som de minst kände igen men samtidigt var det många som följde det. Även fast de inte kände igen rådet specifikt från Livsmedelsverket följdes det ändå vilket är positivt då källan i detta fall inte är det viktigaste.

Livsmedelsverkets fem kostråd uppfattades som ohälsosamma och orealistiska av väldigt få respondenter. Kanske för att råden handlar om sådan kost som för många förknippas med hälsosam. Det finns en slags grund hos människor att frukt och grönsaker, fisk, fullkorn, nyckelhålmärkta livsmedel och oljor är nyttiga. Två europeiska studier visar på liknande resultat, nämligen att människor uppfattar innehållet i dessa kostråd som nyttiga (25,26). Detta borde bidra till att fler vill och kan följa råden då de är realistiska och inte svåra att ta till sig praktiskt. Några respondenter från undersökningen nämnde även begrepp som logiska och nyttiga i sin beskrivning av råden. Ytterligare något som talar för Livsmedelsverkets fördel är att det var mindre än 10 % av respondenterna som inte hade hört talas om Livsmedelsverket och dess råd samt att endast 3 % av respondenterna inte litade alls på Livsmedelsverkets råd medan över 90 % litade helt eller delvis på råden.

Flera av respondenterna angav att de tyckte nyckelhålmärkningen var omodern och resultatet visade även på att rådet om detta följdes i minst utsträckning. Det hade varit intressant att veta vad respondenterna ansåg vara omodernt med Nyckelhålet. Många tyckte att till exempel fullkorn, bra fettkvalitet och andra aspekter som Nyckelhålet symboliserar var viktiga. Detta visar på en motsägelsefullhet. Kanske är det oklart för många vad Nyckelhålet står för och således skulle ett förtydligande av detta kunna förändra människors syn på denna märkning. Det kan även bero på att nyckelhålmärkningen har funnits sedan 1989 och eventuellt behöver en uppdatering (27). Dock är det kanske inte många som vet att den uppdateras regelbundet, senast var 2009, och kanske är problemet att Livsmedelsverket inte nått ut med informationen om att nyckelhålet ständigt uppdateras och att kriterierna skärps (28).

En återkommande anledning till varför respondenterna inte följde råden var för att de tyckte att det var dyrt. Detta kan vara något att ha i beaktande då eventuell marknadsföring av Livsmedelsverkets råd genomförs där ytterligare information om den ekonomiska aspekten kan tas upp. Hälsosam mat behöver inte vara dyr och om förslag ges på måltider eller liknande kan detta demonstreras på ett tydligt sätt så konsumenten förstår att det går att äta i

enlighet med Livsmedelsverkets fem råd utan att det behöver bli särskilt dyrt eller dyrare. Till exempel kan menyförslag finnas tillgängliga bredvid råden på Livsmedelsverkets hemsida. Någon sade även att råden endast var för dem som är ohälsosamma samt att råden verkade exkluderande. Kanske krävs ett förtydligande även här att råden är till för alla. Att använda sig av den modell som tidigare har presenterats och som legat till grund för frågeställningarna i denna undersökning kan vara en metod för att lyckas med ett sådant förtydligande (16). Informationen behöver alltså skraddarsys utifrån målgruppens nuvarande föreställningar, motivation och mediavanor.

Resultatet visade att det var många som inte följde något specifikt råd utan istället lyssnade till sig själva och åt det de mådde bra av. Nästan 50 % av respondenterna åt inte utifrån några specifika kostråd. Detta kan kopplas till en undersökning gjord i Australien där många sökte efter ”sanningen” då ”kostrådsjungeln” blev alltför ogenomtränglig (5). Det blir lättare att ha sig själv som en källa när det gäller kostråd då det i dagens samhälle finns mycket information om olika kostråd som ibland även motsäger varandra. Detta kan bidra till att individer då inte kan, vill eller vågar följa några specifika råd. ”Vad ska man egentligen tro på?” blir kanske en fråga många ställer sig. Omfånget av alla dessa varierande kostråd leder till förvirring och en komplexitet vilket i sin tur kan göra konsumenten bedövd (4,5). Hur eller vad personen än gör blir det fel beroende på de kostråd som finns tillgängliga för konsumenten. Detta styrks även av en respondent från denna undersökning då denne menar att det kan vara förvirrande att följa olika riktlinjer och dieter. Därför är det viktigt att nå ut med tillförlitliga råd för allmänheten.

En annan aspekt var att det inte skulle vara miljömässigt hållbart att till exempel äta fisk tre gånger per vecka men detta stämmer inte då det beror på vilken sorts fisk som konsumeras (29). Om det skulle bli en ökad konsumtion skulle det visserligen medföra en ökad miljöpåverkan men denna ökning skulle kunna kompenseras av att konsumenten väljer fisk och skaldjur från de mer uthålliga produktionsformerna. Svenska konsumenter kan på så sätt rekommenderas att äta fisk tre gånger per vecka. Det är även viktigt att förmedla detta på grund av den låga konsumtion av fisk som kunnat ses i denna undersökning och till den D-vitaminbrist som finns hos en stor del av befolkningen vilken skulle förbättras vid ett ökat fiskintag (14).

Eftersom Livsmedelsverket är en statlig myndighet och publicerar flera rapporter och styrdokument med vetenskaplig grund var det överraskande att en respondent förklarade varför råden inte följs med att ”den vetenskapliga grunden inte var att lita på” samt att råden är ”baserade på vinklad forskning”. Kanske har detta att göra med ett annat uttalande från en respondent att ”Livsmedelsverket är partiska” och att det ”finns andra modeller som fungerar lika bra”.

5.2.5. Hälsokommunikation

Med 58 % var utbildning i förskola och skola det förslag respondenterna trodde mest på när det handlar om hur Livsmedelsverkets råd kan förmedlas. Det näst bästa alternativet enligt respondenterna var reklam eller info via sociala medier såsom Facebook samt reklam eller info via Internet. Tidigare nämnda studier visar också på att Internet är en populär informationskanal för olika hälsobudskap (6).

Det är viktigt att redan i tidig ålder börja med undervisning om bra mat vilket kan ske redan i förskolan och sedan fortsätta i större skala i skolan. Information om kost är något som bör lyftas och ges en mer central roll i skolmiljöer då det är en sådan viktig del i varje människas liv. Framförallt när utvecklingen ser ut som den gör i världen idag är det än mer angeläget att

skapa goda vanor från början (1,2). En studie gjord i Iran visar att speciellt utformade webbsidor är ett bra sätt att sprida information om bra kostvanor till ungdomar (30).

5.3. Slutsats

Undersökningen visade på att de flesta respondenter kände till Livsmedelsverkets kostråd och följde något av dem. De flesta av respondenterna hade en positiv inställning till kostråden. Bland annat uppfattades de som hälsosamma och realistiska. De råd som flest var medvetna om var de om frukt och grönt samt fullkornsprodukter. Det är också dessa råd som respondenterna följde i störst utsträckning. Över 90 % av respondenterna litade helt eller delvis på råden. Flera av respondenterna angav att de tyckte nyckelhålmärkningen var omodern och detta var även det råd som följdes i minst utsträckning. Anledningen till varför vissa respondenter inte följde råden var för att det ansågs vara för dyrt. Många av respondenterna nämnde även ”naturlig mat” som betydelsefull. Oavsett individens definition av begreppet kan Livsmedelsverkets kostråd följas av de som strävar efter att äta naturlig mat.

6. Tack till

Elin Lövestam, för handledning

Anette Jansson, chef på Rådgivningsenheten Livsmedelsverket

7. Referenser

1. Brennan R, Dahl S, Eagle L. Persuading young consumers to make healthy nutritional decisions. *Journal of Marketing Management*. 2010;26(7-8):635–55.
2. Ellison C, White H, McElhone S. A content analysis of magazine diets in relation to the Eatwell plate. *Journal of Human Nutrition and Dietetics*. 2011;24(4):386–7.
3. Sverige. Socialstyrelsen. Folkhälsorapport 2009. Stockholm: Socialstyrelsen; 2009. Hämtad från http://www.socialstyrelsen.se/Lists/Artikelkatalog/Attachments/8495/2009-126-71_200912671.pdf
4. Goldberg JP, Sliwa SA. Session 4: Getting balanced nutrition messages across Communicating actionable nutrition messages: challenges and opportunities. *Proceedings of the Nutrition Society*. 2011;70(1):26–37.
5. Ward PR, Henderson J, Coveney J, Meyer S. How do South Australian consumers negotiate and respond to information in the media about food and nutrition?: The importance of risk, trust and uncertainty. *Journal of Sociology*. 2011 Jul 18;48(1):23–41.
6. Ostry A, Young ML, Hughes M. The quality of nutritional information available on popular websites: a content analysis. *Health education research*. 2008;23(4):648–55.
7. Livsmedelsverket [www.slv.se]. Uppsala: 2012. [2012-04-03] Tillgänglig: <http://www.slv.se/sv/grupp1/Mat-och-naring/Kostrad/>
8. Thompson OM, Yaroch AL, Moser RP, Finney Rutten LJ, Petrelli JM, Smith-Warner SA, m.fl. Knowledge of and Adherence to Fruit and Vegetable Recommendations and Intakes: Results of the 2003 Health Information National Trends Survey. *Journal of Health Communication*. 2011 Feb 28;16(3):328–40.
9. Livsmedelsverket [www.slv.se]. Uppsala: 2012. [2012-04-20] Tillgänglig: <http://www.slv.se/sv/grupp1/Mat-och-naring/Kostrad/Vuxna/Fullkorn/Fullkorn---fordjupning/>
10. Mellen PB, Walsh TF, Herrington DM. Whole grain intake and cardiovascular disease: a meta-analysis. *Nutrition, Metabolism and Cardiovascular Diseases*. 2008;18(4):283–90.
11. Fung TT, Hu FB, Pereira MA, Liu S, Stampfer MJ, Colditz GA, m.fl. Whole-grain intake and the risk of type 2 diabetes: a prospective study in men. *The American journal of clinical nutrition*. 2002;76(3):535–40.
12. Rasmussen BM, Vessby B, Uusitupa M, Berglund L, Pedersen E, Riccardi G, m.fl. Effects of dietary saturated, monounsaturated, and n–3 fatty acids on blood pressure in healthy subjects. *The American journal of clinical nutrition*. 2006;83(2):221–6.

13. Lindström J, Peltonen M, Eriksson JG, Louheranta A, Fogelholm M, Uusitupa M, m.fl. High-fibre, low-fat diet predicts long-term weight loss and decreased type 2 diabetes risk: the Finnish Diabetes Prevention Study. *Diabetologia*. 2006 Mar 16;49(5):912–20.Sverige.
14. Livsmedelsverket. Fiskkonsumtion – risk och nytta. Uppsala: Livsmedelsverket; 2007. Hämtad från http://www.slv.se/upload/dokument/rapporter/mat_naring/2007_12_fiskkonsumtion_risk_och_nytta.pdf
15. Livsmedelsverket [www.slv.se]. Uppsala: 2012. [2012-04-20] Tillgänglig: <http://www.slv.se/sv/grupp1/Mat-och-naring/Nyckelhalet/>
16. Wilson BJ. Designing Media Messages About Health and Nutrition: What Strategies Are Most Effective? *Journal of Nutrition Education and Behavior*. 2007 Mar;39(2):S13–S19.
17. Viswanath K, Bond K. Social Determinants and Nutrition: Reflections on the Role of Communication. *Journal of Nutrition Education and Behavior*. 2007 Mar;39(2):S20–S24.
18. Anette Jansson (Chef Rådgivningsenheten, Svenska Livsmedelsverket) möte den 4 april 2012, muntlig källa.
19. Bryman A. Samhällsvetenskapliga metoder. 2., [rev.] uppl. Malmö: Liber; 2011.
20. Backman J. Rapporter och uppsatser. 2., uppdaterade [och utök.]. uppl. Lund: Studentlitteratur; 2008.
21. Ejlertsson G. Enkäten i praktiken: en handbok i enkätmetodik. 2. [omarb.] uppl. Lund: Studentlitteratur; 2005.
22. Ejlertsson G. Statistik för hälsovetenskaperna. Lund: Studentlitteratur; 2003.
23. Lockie S, Lyons K, Lawrence G, Mummery K. Eating ‘Green’: Motivations behind Organic Food Consumption in Australia. *Scholarly Journals*. 2002 Jan;42(1):S23-S40.
24. Livsmedelsverket [www.slv.se]. Uppsala: 2012. [2012-05-24] Tillgänglig: <http://www.slv.se/sv/grupp3/Nyheter-och-press/Nyheter1/Om-markningen-Akta-vara-mat-utan-tillsatser/>
25. Lappalainen R, Kearney J, Gibney M. A pan EU survey of consumer attitudes to food, nutrition and health: an overview. *Food Quality and Preference*. 1998;9(6):467–78.
26. Margetts, B., m.fl. Definitions of ‘healthy’ eating: a pan-EU survey of consumer attitudes to food, nutrition and health. *European Journal of Clinical Nutrition*. 1997;51:23.
27. Livsmedelsverket [www.slv.se]. Uppsala: 2012. [2012-05-23] Tillgänglig: <http://www.slv.se/sv/grupp1/Mat-och-naring/Nyckelhalet/>

28. Sverige. Livsmedelsverket. Livsmedelsverkets författningssamling: LIVSFS. Uppsala: Livsmedelsverket; 2009.
http://www.slv.se/upload/dokument/lagstiftning/2009/LIVSFS%202009_6%20nyckelh%C3%A5l.pdf
29. Livsmedelsverket [www.slv.se]. Uppsala: 2012. [2012-05-15] Tillgänglig:
http://www.slv.se/upload/dokument/rapporter/mat_miljo/miljoanpassade_kostrad_delrapport_fisk_2008.pdf
30. Ghorbani NR, Heidari RN. Effects of Information and Communication Technology on Youth's Health Knowledge. Asia-Pacific Journal of Public Health. 2009 Jul 22;23(3):363–8.

8. Bilagor

Bilaga 1: Pilotstudie 1

För att må bra är det viktigt att äta hälsosamt. Livsmedelsverket har därför konstruerat fem kostråd som ska underlätta för konsumenten att äta rätt:

- Ät mycket frukt och grönt, gärna 500 gram om dagen. Det motsvarar till exempel tre frukter och två rejäla nävar grönsaker.
- Välj i första hand fullkorn när du äter bröd, flingor, gryn, pasta och ris.
- Välj gärna nyckelhålmärkta livsmedel.
- Ät fisk ofta, gärna tre gånger i veckan.
- Använd gärna flytande margarin eller olja i matlagningen.

Vi vill ta reda på hur studenter i Uppsala uppfattar Livsmedelsverkets fem kostråd. Nedan följer några frågor angående detta ämne. Svara gärna så utförligt du kan, tack!

1. Var hämtar du din information om kost?

2. Har du hört talas om Livsmedelsverkets fem kostråd?

3. Om ja, vilka av dessa?

4. Hur uppfattar du kostråden?

5. Hur har du fått reda på den informationen?

6. Följer du något av dessa råd?

7. Om ja, vilken/vilka?

8. Varför följer/följer du inte dem?

9. Känner du tillförlitlighet för något av de fem kostråden?

10. Om ja, vilken/vilka?

11. Har du något förslag på hur kostråden skulle kunna nå ut till fler?

Bilaga 2: Pilotstudie 2

De fem kostråden – en kvantitativ undersökning om hur Livsmedelsverkets kostråd uppfattas av studenter i Uppsala

Kön

Man

Kvinna

Ålder ____

Pågående utbildning _____

Vilka kostråd (högst fem) skulle du ge dig själv eller en närstående utan särskilda hälsoproblem för att må bra?

Var hämtar du din information om kost?

TV

Internet

Tidningar

Böcker

Vetenskapliga artiklar

Familj/vänner

Skola

Livsmedelsverket

Övrigt:

Livsmedelsverkets generella kostråd indelade i fem punkter:

- Ät mycket frukt och grönt, gärna 500 gram om dagen. Det motsvarar till exempel tre frukter och två rejäla nävar grönsaker.
- Välj i första hand fullkorn när du äter bröd, flingor, gryn, pasta och ris.
- Välj gärna nyckelhålmärkta livsmedel.
- Ät fisk ofta, gärna tre gånger i veckan.
- Använd gärna flytande margarin eller olja i matlagningen.

Har du hört talas om något av Livsmedelsverkets fem kostråd?

- Ja, frukt och grönt
- Ja, fullkornsprodukter
- Ja, nyckelhålmärkta livsmedel
- Ja, fisk 3 gånger/vecka
- Ja, flytande margarin eller olja
- Nej, inget

Hur uppfattar du kostråden?

- Hälsosamma
- Ohälsosamma
- Realistiska
- Orealistiska
- Moderna
- Omoderna
- Övrigt:

Följer du något av dessa råd?

- Ja
- Nej
- Övrigt:

Om ja, vilken/vilka?

- Frukt och grönt
- Fullkornsprodukter
- Nyckelhålmärkta livsmedel
- Fisk 3 gånger/vecka
- Flytande margarin eller olja

Om nej, följer du några andra kostråd?

Tallriksmodellen

Miljövänligt

Ekologiskt

Närproducerat

LCHF

GI

Viktväktarna

Pulverdiet

Inget

Övrigt:

Varför följer/ följer du inte Livsmedelsverkets kostråd?

De är hälsosamma

De är ohälsosamma

De är realistiska

De är orealistiska

De är tillförlitliga

De är otillförlitliga

Äter inte efter några specifika råd

Har inte hört talas om Livsmedelsverket och dess råd

Övrigt:

Litar du eller litar inte du på Livsmedelsverkets olika kostråd?

Litar inte alls på råden

Litar delvis på råden

Litar helt på råden

Har du något förslag på hur kostråden skulle kunna nå ut till fler?

- Reklam/info via tidningar
- Reklam/info via TV
- Reklam/info via Internet
- Reklam/info via smartphone
- Reklam/info via sociala medier (Facebook t.ex.)
- Utbildning i förskola/skola
- Övrigt:

Bilaga 3: Slutgiltig enkät

De fem kostråden - en kvantitativ undersökning om hur Livsmedelsverkets kostråd uppfattas av studenter i Uppsala

Vänligen svara så utförligt som möjligt. Det finns möjlighet att kryssa i flera av svarsalternativen, om "övrigt" ikryssas specificera gärna ert svar. Tack på förhand!

Kön

Man

Kvinna

Ålder ____

Pågående utbildning _____

Vilka kostråd skulle du ge dig själv eller en närstående utan särskilda hälsoproblem för att må bra?

Var hämtar du din information om kost?

TV

Internet

Tidningar

Böcker

Vetenskapliga artiklar

Familj/vänner

Skola

Livsmedelsverket

Övrigt:

Livsmedelsverkets generella kostråd indelade i fem punkter:

- Ät mycket frukt och grönt, gärna 500 gram om dagen. Det motsvarar till exempel tre frukter och två rejäla nävar grönsaker.
- Välj i första hand fullkorn när du äter bröd, flingor, gryn, pasta och ris.
- Välj gärna nyckelhålmärkta livsmedel.
- Ät fisk ofta, gärna tre gånger i veckan.

- Använd gärna flytande margarin eller olja i matlagningen.

Har du hört talas om något av Livsmedelsverkets fem kostråd?

- Ja, alla
- Ja, frukt och grönt
- Ja, fullkornsprodukter
- Ja, nyckelhålmärkta livsmedel
- Ja, fisk 3 gånger/vecka
- Ja, flytande margarin eller olja
- Nej, inget

Hur uppfattar du kostråden?

- Hälsosamma
- Ohälsosamma
- Realistiska
- Orealistiska
- Moderna
- Omoderna
- Övrigt:

Följer du något av dessa råd?

- Ja
- Nej
- Övrigt:

Om ja, vilken/vilka?

- Frukt och grönt
- Fullkornsprodukter
- Nyckelhålmärkta livsmedel

Fisk 3 gånger/vecka

Flytande margarin eller olja

Om nej, följer du några andra kostråd?

Tallriksmodellen

Miljövänligt

Ekologiskt

Närproducerat

LCHF

GI

Viktväktarna

Pulverdiet

Inget

Övrigt:

Varför följer/ följer du inte Livsmedelsverkets kostråd?

De är hälsosamma

De är ohälsosamma

De är realistiska

De är orealistiska

De är tillförlitliga

De är otillförlitliga

Äter inte efter några specifika råd

Har inte hört talas om Livsmedelsverket och dess råd

Övrigt:

Litar du eller litar du inte på Livsmedelsverkets olika kostråd?

Litar inte alls på råden

Litar delvis på råden

Litar helt på råden

Övrigt:

Har du något förslag på hur kostråden skulle kunna nå ut till fler?

Reklam/info via tidningar

Reklam/info via TV

Reklam/info via Internet

Reklam/info via smartphone

Reklam/info via sociala medier (Facebook t.ex.)

Utbildning i förskola/skola

Övrigt:

Bilaga 4: Följebrev

Till dig som studerar vid Uppsala Universitet!

Vi är två studenter som går sista terminen på Kostvetarprogrammet i Uppsala. Vi gör nu vår C-uppsats där vi i vår undersökning använder oss av enkäter. Med vår enkät vill vi ta reda på varifrån studenter i Uppsala hämtar sin information om kost och vilka kostråd de litar på.

I dagens samhälle finns en oro över att stora delar av västvärlden äter ohälsosamt vilket gör att folksjukdomar som till exempel fetma har ökat. Det finns även många olika experter som tycker till om mat och hälsa vilket kan vara förvirrande för konsumenten. Därför är det viktigt att nå ut med råd om bra mat som människor känner att de kan lita på och förstå.

Vi skickar nu ut en webbaserad enkät till dig och ca 200 andra studerande vid Uppsala Universitet.

Ditt deltagande är frivilligt men vi skulle uppskatta din medverkan då det är betydande för undersökningens kvalitet. Besvara gärna frågorna så utförligt som möjligt inom en vecka.

Svaren bearbetas via data och inga obehöriga kommer att få del av dina uppgifter. Resultatet av enkäten kommer att redovisas i form av en rapport och ingen enskild persons svar kommer att framgå. Vid frågor eller synpunkter angående enkäten kontakta undertecknade. Ett påminnelsebrev kommer att skickas ut en vecka efter detta utskick.

Din medverkan är viktig, tack på förhand!

Med Vänliga Hälsningar,
Emelie Axelsson och Frida Kallerhult

Emelie.Axelsson.9642@student.uu.se
Frida.Kallerhult.0294@student.uu.se

Uppsala Universitet
2012-04-17

Bilaga 5: Påminnelsebrev

Till dig som ännu inte besvarat vår enkät! Och till er som redan besvarat den, stort tack! Ni kan bortse från detta påminnelsebrev.

Vi vill bara påminna er om vår pågående undersökning för vår C-uppsats. Du har tidigare mottagit en enkät angående varifrån studenter i Uppsala hämtar sin information om kost och vilka kostråd de litar på.

Eftersom vi inte fått något svar från dig än kanske du har glömt bort eller inte haft tid att fylla i vår enkät.

Ditt deltagande i undersökningen är frivilligt men din medverkan skulle betyda mycket för kvaliteten på undersökningen. Vi hoppas därför att du besvarar frågorna som endast tar några minuter för att hjälpa oss med detta. Ditt svar kommer inte att kunna kopplas till dig som person.

Vid eventuella oklarheter och synpunkter på enkäten kontakta undertecknade.

Din medverkan är viktig, tack på förhand!

Med Vänliga Hälsningar,
Emelie Axelsson och Frida Kallerhult

Emelie.Axelsson.9642@student.uu.se
Frida.Kallerhult.0294@student.uu.se

Uppsala Universitet
2012-05-03

Bilaga 6: Arbetsfördelning

- Planering av studien och uppsatsarbetet: 50/50
- Litteratursökning: 50/50
- Datainsamling: 50/50
- Analys: 50/50
- Skrivandet av uppsatsen: 50/50