



UPPSALA
UNIVERSITET

Examensarbete C, 15hp

Grundnivå
VT 2015

Kostråd

Kost- och träningsintresserades kännedom om och självskattade följsamhet till Livsmedelsverkets allmänna kostråd.

CECILIA RAGNARSSON
MATILDA KARLSSON

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



Titel: Kost- och träningsintresserades kännedom om och självskattade följsamhet till Livsmedelsverkets allmänna kostråd.

Författare: Cecilia Ragnarsson och Matilda Karlsson

Sammanfattning

Bakgrund: Intresset för hälsa och kost har aldrig varit större och det finns idag ett överflöd av information om kostråd vilket kan göra det svårt för konsumenten att välja rätt kosthållning. En av Livsmedelsverkets viktigaste uppgifter är att förmedla kostråd till befolkningen för att skapa en hälsosam diet och få bukt med folksjukdomar.

Syfte: Syftet med denna studie var att undersöka kost- och träningsintresserades kännedom om och självskattade följsamhet till Livsmedelsverkets allmänna kostråd.

Metod: En webbaserad enkät med 15 frågor skapades i Google Docs och publicerades i Facebookgruppen "Träning, kost och hälsa". Totalt deltog 98 individer. Resultatet presenterades med hjälp av beskrivande statistik.

Resultat: 68 respondenterna kände till att Livsmedelsverket ger ut kostråd men bara 4 respondenter angav att de följer dem fullt ut. Kostråden som flest kände till var råden om frukt och grönt (94 %) samt fullkorn (90 %). 21 respondenter ansåg att Livsmedelsverkets kostråd var hälsosamma och 18 respondenter ansåg att de var omoderna. 40 respondenterna angav att de inte följde någon speciell diet och 30 respondenter räknade kalorier.

Respondenterna åt främst för att hålla sig friska, äta god mat och se bra ut. Den främsta informationskällan till hälsa och kost var vetenskapliga artiklar och bloggar. Endast 7 av respondenterna angav Livsmedelsverket som en deras främsta informationskälla.

Slutsats: Majoriteten kände till att Livsmedelsverket ger ut kostråd men bara drygt hälften trodde sig känna till innehållet i dem. En klar minoritet av respondenterna uppgav att de följer Livsmedelsverkets kostråd. I dagens mediesamhälle krävs en övertygande kommunikation för att lyfta fram dessa vetenskapligt grundade kostråd.

Title: Kost- och träningsintresserad k nnekedom om och självskattade följksamhet till Livsmedelsverkets allmänna kostråd
Authors: Cecilia Ragnarsson and Matilda Karlsson

Abstract

Background: The interest in health and nutrition has never been greater and today there is an abundance of information about dietary guidelines that can make it difficult for the consumer to choose the right diet. One of Livsmedelsverket's main tasks is to convey dietary advice to people to help create a healthy diet and prevent diseases.

Objective: The aim of this study was to investigate awareness and self-reported adherence to Livsmedelsverket's general dietary advice to the population among people who are interested in training and nutrition.

Method: A web based questionnaire with 15 questions was created in Google Docs and published in the Facebook group "Träning, kost och h lsa". A total of 98 individuals participated. The results were presented using descriptive statistics.

Results: 68 respondents knew that Livsmedelsverket publishes dietary guidelines but only 4 respondents stated that they followed them completely. The dietary advice that most respondents knew about was the advice about fruit and vegetables (94 %) and whole grains (90 %). 21 respondents felt that Livsmedelsverket's dietary guidelines were healthy and 18 respondents felt that they were outdated. 40 of the respondents indicated that they did not follow any particular diet and 30 were counting calories. The respondents ate mainly to stay healthy, eat good food and to look good. The primary source of information for health and diet was scientific articles and blogs. Only 7 of the respondents stated Livsmedelsverket as one of their main source of information.

Conclusion: The majority knew that Livsmedelsverket publishes dietary guidelines but only just over half believed they know the contents. A clear minority of respondents stated that they follow Livsmedelsverket's dietary guidelines. In today's media society requires a persuasive communication to highlight these science-based dietary guidelines.

Innehållsförteckning

1. Inledning.....	5
2. Bakgrund.....	6
2.1. Livsmedelsverkets allmänna kostråd.....	6
2.1.1. Frukt och grönt.....	7
2.1.2. Fullkorn.....	7
2.1.3. Nyckelhålmärkta livsmedel.....	7
2.1.4. Fisk.....	8
2.1.5. Matfett.....	8
2.1.6. Måltidsordning och tallriksmodellen.....	8
2.2. Kostbudskap från olika håll.....	8
2.3. Att kommunicera hälsa.....	10
3. Syfte och frågeställning.....	11
4. Metod och material.....	11
4.1. Upplägget av studien.....	11
4.2. Litteratursökning.....	11
4.3. Respondenter.....	11
4.4. Urval.....	11
4.5. Enkäten.....	11
4.6. Pilotstudie.....	12
4.7. Utförandet av studien.....	12
4.8. Statistisk bearbetning.....	12
4.9. Kontakt med Livsmedelsverket.....	12
4.10. Etiska överväganden.....	12
5. Resultat.....	13
5.1. Respondenternas ålder och kön.....	13
5.2. Respondenternas kännedom och inställningar till Livsmedelsverkets kostråd.....	14
5.3. Respondenternas kosthållningar.....	16
5.4. Respondenternas känslor kring hälsa och kost i media.....	18
5.5. Respondenternas informationskällor till hälsa och kost.....	19
5.6. Respondenternas kännedom om nyckelhålmärkningen.....	19
5.7. Respondenterna om Livsmedelsverkets hemsida.....	19
5.8. Information från Livsmedelsverket.....	20
6. Diskussion.....	20
6.1. Metoddiskussion.....	20
6.2. Resultatdiskussion.....	21
6.2.1. Sammanfattning av resultatet.....	21
6.2.2. Deltagarnas bakgrund.....	22
6.2.3. Livsmedelsverkets allmänna kostråd.....	22
6.2.4. Kosthållningar.....	23
6.2.5. Källor till information om kost.....	24
6.2.6. Uppsatsens resultat i relation till kostvetarprofessionen.....	25
6.3. Slutsats.....	25
7. Referenslista.....	26

Bilaga 1: Mail 1 till Livsmedelsverket
Bilaga 2: Enkät

Bilaga 3: Mail 2 till Livsmedelsverket
Bilaga 4: Arbetsfördelning

1. Inledning

Livsmedelsverkets allmänna kostråd

I de Nordiska näringsrekommendationerna (NNR) från 2012 beskrivs matvanor, behov av energi och näringsämnen samt rekommendationer om fysisk aktivitet. I revideringen var mer än hundra ledande experter och forskare från de nordiska länderna involverade. En mängd vetenskapliga studier och översikter från år 2000 och framåt utvärderades och experterna tittade på hur olika näringsämnen, livsmedel och matvanor påverkar hälsan. Livsmedelsverket arbetar fram de fem allmänna kostråden med utgångspunkt i de Nordiska näringsrekommendationerna samt Riksmaten. Riksmaten är en rikstäckande matvaneundersökning som senast utfördes mellan åren 2010-2011 där 1800 personer från befolkningen mellan 18 och 80 år från deltog. Resultatet visade att matvanorna i Sverige har blivit bättre men ur ett folkhälsoperspektiv fortfarande inte är tillräckligt bra. Intaget av fet och sockerrik mat är för stort och intaget av grönsaker, frukt och fullkorn är för litet (Livsmedelsverket, 2015).

Maten påverkar hälsan både på kort och lång sikt. Den vanligaste dödsorsaken i Sverige idag är hjärt- och kärlsjukdom (Folkhälsomyndigheten 2014). Det finns mat som minskar risken för allvarliga sjukdomar senare i livet. Kosthållningar med mycket grönsaker, frukt, fullkorn, fisk och vegetabiliska oljor kan bidra till att minska risken för hjärt- och kärlsjukdom (Livsmedelsverket, 2015). Livsmedelsverkets kostråd är framtagna för att skapa en hälsosam diet och få bukt med folksjukdomar, såsom fetma och diabetes. Åsa Brugård Konde, nutritionist på Livsmedelsverket hävdar att om dessa råd följs så skulle tusentals människoliv kunna räddas i Sverige (Olsdotter, Arnmar, 2014, 26 November).

Under en vetenskaplig konferens i Uppsala den 14 December 2006 presenterade ledande forskare rönen kring fett, kolhydrater och protein. Forskare från alla nordiska länder var inbjudna som talare under konferensen. För rekommendationer kring fett och kolhydrater låg fokus på kvalitet snarare än på kvantitet. Under konferensen presenterades även dåvarande NNR och praktiska råd kring hur man implementerar rekommendationer på populationsnivå. Finland sågs som ett ledande exempel när det kommer till att införa positiva livsstilsförändringar hos befolkningen. Där har man de senaste 30 åren sett en minskning av dödlighet i hjärtkärlsjukdomar med 75 procent hos både män och kvinnor. Detta kan man relatera till livsstilsförändringar som en minskning av det mättade fett och en ökad konsumtion av frukt och grönsaker. För att lyckas med positiva förändringar hos en befolkning sågs det som viktigt att det ska finnas starka bevis bakom varje rekommendation. Viktigt är också att hälsoexperter engagerar sig i arbetet och att förändra folks attityd till kostrekommendationer. Avslutningsvis poängterades att individen har ett eget ansvar för sin hälsa (Andersson et al., 2007).

Medias roll för spridning av kostbudskapen

Idag är media fyllt av information om hälsa och kostråd. Vissa är baserade på vetenskaplig fakta medan andra är missledande för konsumenten. Det vore orealistiskt att förvänta sig att konsumenterna själva ska veta vilka påståenden om hälsa och kost som är tillförlitliga. De varierande budskapen i media kan göra konsumenten osäker på vad som är sant och inte vilket i sin tur leder till att konsumenten själv tvingas ta ansvar för sin och sina familjers kosthållning. En övertygande kommunikation till allmänheten krävs för att överrösta påverkan från andra aktörer i media och influera konsumenternas beteende till en bättre hälsa (Goldberg et al., 2011).

I media framstår det många gånger som att Livsmedelsverkets kostråd frekvent ändras och att experter står oeniga kring rådets effekt vilket gör att trovärdigheten för råden minskar. Livsmedelsverket kostråd stöds utav det rådande forskningsläget och har vuxit sig starkare genom åren. Men idag sägs många gånger den rätta vägen till en hälsosam livsstil eller effektiv viktnedgång vara de "nya dieterna" som ständigt lanseras. Influenserna av olika dieter och hälsotrender gör att förtroendet för de allmänna kostråden minskar då dieterna ofta står i kontrast till kostråden (Andersson et al., 2007). LCHF, 5:2, viktväktarkost och rawfood är några av de trenddieter som finns idag och står i kontrast till Livsmedelsverkets kostråd. Budskapen kring dieterna är ofta vinklade eller sponsrade vilket gör att många frågar sig vad man kan lita på och inte (Månström, 2014, 28 Oktober). De mycket aktiva förespråkare för nya dieter är närvarande i moderna sociala medier såsom Facebook eller bloggar där de formar opinionen. Livsmedelsverket däremot har en svårorienterad hemsida och syns sällan i dessa moderna sociala medier enligt författarna till denna uppsats.

Förtroendet för Livsmedelsverket kan ha minskat något då de den 23 april 2002 larmade om att chips och andra stärkelserika produkter innehöll höga halter utav det cancerframkallande ämnet akrylamid. Bara nio månader senare återkallades larmet. Testet som larmet baserades på hade utförts på råttor som hade givits en mängd av ämnet 100 till 1000 gånger större än den mängd människan normalt får i sig via maten (Atterstam, 2003). För att få i sig lika mycket akrylamid som råttorna i experimenten skulle en människa vara tvungen äta mer än sin egen vikt i chips - varje dag. Larmet blev mycket uppmärksammat och tillhör ett av största matlarmen i modern tid (Snaprud, 2007). Livsmedelsverket varnar fortfarande för akrylamid i maten, men faran om ämnet har tonats ner. (Livsmedelsverket, 2015). Flera exempel på uppmaningar som rubbade konsumenternas förtroende finns. Exempelvis en annan uppmärksam kampanj som Socialstyrelsen genomförde år 1976 om att svenska medborgare skulle äta 6-8 skivor bröd om dagen. Många fick intrycket att det var en statlig hälsokampanj som därav inte hade ett kommersiellt syfte. Kampanjen är den mest uppmärksammade genom tiderna då den riktiga avsändaren i själva verket var branschorganisationen brödinstitutet (Brödinstitutet, 2015).

Författarna till denna uppsats utbildas till kostvetare och vill undersöka kost- och träningsintresserade individers kännedom om och självskattade följsamhet till Livsmedelsverkets allmänna kostråd. Att nå ut med dessa vetenskapligt grundade kostråd är livsnödvändigt i en tid där konkurrerande kostbudskap i sociala medier växer sig allt starkare och intresset för hälsa och kost aldrig varit större (Månström, 2014, 28 Oktober). Ämnesområdet är aktuellt och det är viktigt att få upp ögonen för rådande och kommande utveckling av hälsokommunikation via olika kanaler. Kostråd som ingen känner till, följer eller upplevs omoderna har inte uppfyllt sitt syfte. Att undersöka kännedom om och självskattade följsamhet i denna specifika grupp är intressant och viktigt. Kost- och träningsintresserade borde känna till Livsmedelsverket och deras kostråd på grund av sitt intresse för kost och träning. Om Livsmedelsverket inte lyckas nå ut till den grupp som har ett intresse för ämnet, hur når de då ut till dem som inte har det?

2. Bakgrund

2.1. Livsmedelsverkets allmänna kostråd

Livsmedelsverkets kostråd baseras på vetenskaplig fakta av det samlade och det pågående forskningsläget i världen och av rekommendationer från experter och forskare i de nordiska länderna Danmark, Finland, Island, Norge och Sverige. Råden fastställs av oberoende organ och har inget kommersiellt syfte utan fokuserar på att gynna befolkningens hälsa

(Livsmedelsverket, 2015). Livsmedelsverket är en förvaltningsmyndighet för livsmedelsfrågor och har till uppgift att arbeta för säkra livsmedel, redlighet i livsmedelshanteringen och bra matvanor för konsumenterna i Sverige (Riksdagen, 2009). Ända sedan 1960-talet då kostcirkeln lanserades har statliga kostråd riktade till allmänheten givits ut i olika format. När Statens institut för folkhälsan inrättades 1983 tydliggjordes statens ansvar för hälsoupplysning ytterligare (Enghardt Barbieri, 2013).

2005 var året då Livsmedelsverket tog fram de fem livsmedelsbaserade kostråden som är tänkta att passa de flesta och lätta att använda i kommunikation av bra matvanor. De fokuserar på hur mycket olika målgrupper bör äta av olika livsmedelsgrupper varpå värden för energinivåer och behovet av olika näringsämnen översätts till detta (Livsmedelsverket, 2013). Livsmedelsverket (2015) har satt ihop fem allmänna kostråd till Sveriges befolkning som ser ut som följer.

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

2.1.1. Frukt och grönt

Livsmedelsverket rekommenderar 500 gram frukt och grönt per dag för vuxna varav hälften ska vara grönsaker och hälften frukt. Flera studier visar att ett högt intag av frukt och grönsaker skyddar mot sjukdomar som till exempel cancer, typ 2-diabetes och hjärt-kärlsjukdomar (Pavia, Pileggi, Nobile, Angelillo 2006, Harding, Wareham, Bingham, Luben, Welch, Forouhi 2008, He, Nowson, Lucas, MacGregor 2007). Via frukt och grönsaker får vi i oss många av de vitaminer som behövs för kroppens optimala funktioner. Frukt och grönsaker innehåller även mycket antioxidanter som bekämpar fria radikaler i kroppen och på så sätt bidrar till bättre hälsa och ett längre liv. Många frukter och grönsaker har även ett högt innehåll av fibrer. (Cullum-Dugan, Pawlak, 2015). Riksmaten (2010-11) visade att endast två av tio äter 500 gram frukt och grönsaker om dagen eller mer.

2.1.2. Fullkorn

Livsmedelsverket förespråkar även att i första hand välja fullkorn när man äter bröd, flingor, gryn och pasta då det har visats ha positiva effekter på hälsan. Fullkorn är när alla delar av kornet finns kvar, det vill säga frövit, grodd och kli. Fullkornsprodukter är rika på mineraler, vitaminer och fibrer och minskar risken för en rad olika sjukdomar (Livsmedelsverket 2015). Forskning visar på att en diet innehållande fullkorn minskar risken för sjukdomar såsom diabetes och hjärt-kärlsjukdomar. (Jacobs Dr Jr, Meyer He, Solvoll K., 2004). Riksmaten från 2010-2011 visade att nio av tio svenskar äter för lite fullkorn. Ett högt intag av kostfiber, som finns i fullkorn, har i flera studier visat ha positiva hälsoeffekter såsom lägre risk för hjärt- och kärlsjukdom, typ 2-diabetes, kolorektalcancer och bröstcancer. En kost innehållande kostfiber är även förknippad med minskad risk för kroniska och metabola sjukdomar (Øverby et al., 2013).

2.1.3. Nyckelhålmärkta livsmedel

Att välja nyckelhålmärkta livsmedel är ett av Livsmedelsverkets kostråd och märkningen finns på livsmedel som innehåller mer fullkorn, fibrer, mindre socker och salt och nyttigare

eller mindre fett. Reglerna för nyckelhålmärkning bygger på den senaste samlade forskningen om sambandet mellan mat och hälsa. Märkningen är ett svenskt initiativ men finns numer även i Danmark, Norge och Island. Nyckelhålmärkningen gör det lätt för konsumenten att välja nyttig mat (Livsmedelsverket, 2015).

2.1.4. Fisk

Fisk innehåller proteiner, vitaminer, mineraler och en del även betydande mängder fetter som är viktiga för människan. Livsmedelsverket rekommenderar att äta fisk 2-3 gånger i veckan. Fet fisk som strömming, sill, makrill och lax innehåller fleromättade fettsyror och kan minska risken för hjärt- och kärlsjukdomar och ur folkhälsosynpunkt bör fler öka intaget av fisk (Livsmedelsverket, 2015). En diet innehållande mindre kött och mer fisk har visats sig ha minska risken för fram för allt hjärt-kärlsjukdomar genom att öka på de goda fettsyrorerna i blodet (Shen J et al., 2015).

2.1.5. Matfett

Ett annat kostråd är att byta ut det mättade fett mot fleromättat fett eftersom vilken typ av fett man äter kan minska risken för hjärt- och kärlsjukdomar. En tumregel är att använda flytande fett, som olja eller flytande matfett, vid matlagning eller bakning. Bordsmargarin och matolja är en bra källa till vitamin E som är ett naturligt skydd mot fria radikaler i kroppen. Margarin och matfetsblandningar har en lägre fetthalt och är berikade med vitamin A och D (Livsmedelsverket, 2015). Riksmaten från 2010-2011 visar att sex av tio använder olja eller flytande margarin i matlagningen.

2.1.6. Måltidsordning och tallriksmodellen

Förutom dessa kostråd är det även viktigt att äta regelbundet och varierat. Enligt Livsmedelsverket fungerar kroppen bättre om man äter frukost, lunch, middag och ett par mellanmål däremellan. En varierad kost är också viktig för att få i sig alla näringsämnen som kroppen behöver. Till hjälp finns tallriksmodellen som visar proportionerna och de olika delarna av innehållet på tallriken (Livsmedelsverket, 2015). Tallriksmodellen utarbetades i slutet av 1980-talet och indelningen av tallriken kan tänkas som ett upp- och nedvänt Y. De två översta delarna ska vara lika stora och den nedersta får inte täcka större än en fjärdedel av tallrikens yta (Abrahamsson, Andersson, Becker & Nilsson 2006). Enligt Livsmedelsverket (2015) bör proportionerna för tallriksmodellen delas in som följer.

- En stor del är grönsaker och rotfrukter.
- En stor del är potatis, pasta, ris eller liknande.
- Den lilla delen är kött, fisk, kyckling, ägg eller vegetariskt alternativ.

2.2. Kostbudskap från olika håll

De senaste åren har det förekommit en häftig samhällsdebatt kring vad man bör och inte bör äta för att hålla sig frisk och äta hälsosamt (Bratt, 2014). I media har dieter med ett högt fettintag och lågt kolhydratintag (LCHF) fått ett positivt stöd de senaste åren vilket gör att många konsumenterna ställer sig kritiska till Livsmedelsverkets råd om minskningen av det animaliska fett. Det finns även studier som påvisar att ett ökat intag av mättat fett inte har någon koppling till hjärt- och kärlsjukdomar (Leosdottir et al., 2005). World Cancer Research Fund/American Institute for Cancer Research (2010) har däremot i en rapport dragit slutsatsen att rött kött och bearbetat kött är en övertygande orsak till kolorektalcancer (Åkesson et al., 2013).

Idag finns det en rad olika dieter som står i kontrast till livsmedelsverket kostråd (Månström, 2014, 28 Oktober). En av dem är den populära dieten Low Carb High Fat (LCHF). Dieten går ut på att äta sig mätt på kött, fisk, ägg, ovanjordsgrönsaker och "naturligt" fett samt nötter i måttliga mängder. Med naturligt fett menar författaren Andreas Eenfeldt fett som inte är industriframställt med tillsatta kemiskt modifierade steroler (Kostdoktor, 2008). Sackaros och stärkelserik mat som pasta, bröd, ris och potatis utesluts helt. Dietens förespråkare Andreas Eenfeldt kritiserar även tallriksmodellen som kostråd till personer med diabetes och menar att denna mat höjer blodsockret och därmed förvärrar sjukdomstillståndet (Kostdoktor, 2015). En svensk studie som pågick från 1986 fram till år 2011 i Västerbotten visar att det totala fettintaget hos både män och kvinnor ökat sedan 2004. En motsatt trend har setts hos intaget vad gäller kolhydrater. Dessa förändringar sammanfaller i tiden då LCHF började bli känt och få ett stort mediastöd i Sverige (Johansson et al., 2012).

Ett annat exempel på trenddiet är paleodieten som utgår från mat som konsumerades av jägarsamhället innan det fanns jordbruk (Månström, 2014, 28 Oktober). Den dieten anknyter till levnadsförhållandena i jägarsamhället där våra förfäder levde som jägare och samlare och åt mat baserad på vilda djur (magert kött, inre organ, benmärg, men ej mejeri) och obrukad mat baserad på växter (mestadels frukter, grönsaker, nötter, men inga sädeslag och baljväxter). Studien undersökte om en diet som liknar den som förbrukades av våra tidigare jägarförfäder, paleodieten, ger positiva hälsoeffekter. De jämförde resultaten när deltagarna konsumerade sin vanliga diet med när de konsumerade en paleolitisk kost. Studien visade att friska stillasittande personer visade en förbättring i deras blodtryck och glukostolerans och en stor förbättring i deras lipidprofiler utan viktminskning på mindre än 2 veckor på en paleodiet. Enligt författaren är alla dessa faktorer viktiga och skulle vara nödvändiga i varje potentiell bot för det metabola syndromet (Frassetto et al., 2009).

Andra studier stödjer Livsmedelsverkets kostråd. År 2012 studerades effekter av Nordiet, som är en nordisk diet med mat som traditionellt odlades och äts i de nordiska länderna. Kosten är främst baserad på de växter som kan odlas i Sverige. Dieten består exempelvis av fullkorn, fisk och bär. Denna nordiska diet går i linje med Livsmedelsverkets kostråd och har visat sig minska både morbiditeten och mortaliteten (Adamsson et al., 2012).

Ett av Livsmedelsverkets kostråd är att konsumenten i första hand ska välja fullkorn vilket har visat sig ha positiva effekter på typ 2 diabetes och hjärt- och kärlsjukdomar (Åkesson et al., 2013). Kostfiber som finns i fullkorn är de kolhydrater som inte kan brytas ner vid matsmältningen och ger mättnadskänsla samt underlättar tarmverksamheten. I flera studier har samband hittats mellan ett högt intag av kostfiber och positiva hälsoeffekter såsom lägre risk för hjärt- och kärlsjukdom, typ 2-diabetes, kolorektalcancer och bröstcancer. Studierna visade även att kostfiber är förknippad med minskad risk för olika kroniska och metabola sjukdomar (Øverby et al., 2013). Fiberrika livsmedel gör att blodsockret stiger långsamt och bidrar till att hålla blodfettsnivåerna låga (Livsmedelsverket, 2015). En förhöjning av blodsockerkoncentrationer efter konsumtion av ett livsmedel eller en måltid är en normal fysiologisk reaktion som varierar i storlek och varaktighet. Glykemiskt index (GI) går ut på att mäta en höjning av blodsockret efter kolhydratrika livsmedel jämfört med ett referenslivsmedel, till exempel vitt bröd eller ren glukos. Det finns inte tillräckligt med bevis för att livsmedel med lågt GI minskar risken för kroniska sjukdomar i befolkningen totalt. Det finns dock antydande bevis för att rankning av mat utifrån dess GI kan vara till nytta för överviktiga och feta individer (Øverby et al., 2013).

2.3. Att kommunicera hälsa

Det forskningsfält där man studerar mänsklig kommunikation och hälsorelaterade ämnen och frågor kallas för hälsokommunikation. Forskningsfältet är tvärvetenskapligt och verkar i flera olika kommunikationskanaler. Dessa kanaler kan exempelvis vara massmedier eller kommunikation ansikte till ansikte. Hälsokommunikation är ständigt närvarande eftersom hälsan spelar en central roll i merparten av våra liv idag. För att människan själv ska kunna ta beslut kring och förbättra den personliga hälsan krävs tillgång till en förståelig, väsentlig och matnyttig hälsoinformation (Sandberg, 2005).

Forskningen visar att olika befolkningsgrupper använder sig av olika informationskällor och kommunikationskanaler för att hämta sin information om hälsa. En del kommunikationskanaler används främst av den hälsointresserade individen medan andra kanaler har visat sig oftare användas av icke hälsointresserade individer. Tidningar, tidskrifter och internet kallas för *aktiva* kommunikationskanaler eftersom de kräver publikens engagemang i sökning av informationen. Den engagerade och hälsointresserade individen söker aktivt upp hälsoinformation via dessa kanaler och därmed ser dem som hans eller hennes främsta informationskällor. De individer som använder internet som främsta hälsoinformationskanal är ofta mer hälsointresserade än andra. De individer som använder sig av tidningar eller tidskrifter för hälsoinformation är också sannolikt mer hälsointresserade individer än de som inte gör det. Detta bekräftar idén om att en aktiv orientering sker bland tryckta medier. Konsumenter med engagemang i hälsofrågor kommer sannolikt att hitta sin information i sådana frågor från tryckta medier. För att nå ut till den mindre hälsosamma individen krävs därför andra kommunikationskanaler. TV och radio klassificeras vanligtvis som *passiva* medier. Dessa passiva medier är mer benägna att vara de främsta källorna för hälsoinformation till individen som är mindre hälsointresserade. För denne individ fås mest hälsoinformation via TV och radio vilket gör att den kanalen kan användas för att skicka ut förebyggande budskap till den mindre aktiva målgruppen (Dutta-Bergman, 2009).

Facebook är ett socialt medium som förenar människor med släkter, vänner, arbetskamrater, klasskamrater, bekanta och grupper bildas med liknande intressen (Facebook 2015). I sociala medier såsom Facebook finns ett flertal grupper som fokuserar på träning, hälsa och kost. I dessa kan vem som helst som är intresserad gå med och följa flödet där personer publicerar allt som hör till träning, hälsa och kost. I gruppen hämtas information och inspiration och förenar människor med lika intressen (Facebook, 2015).

Även Youtube är ett socialt medium som lanserades i maj 2005. Youtube tillåter miljarder människor att upptäcka, titta på och dela ursprungligen skapade videor. Youtube är ett forum för människor att ansluta, informera och inspirera andra över hela världen och fungerar som en distributionsplattform för originella kreatörer och annonsörer stora och små (Youtube, 2015).

Instagram är en social nätverksapp gjord för att dela foton och videoklipp från en smartphone. I likhet med Facebook har alla som skapar ett konto en profil och ett nyhetsflöde. När du lägger upp en bild eller video på Instagram kommer det att visas på din profil (About.com, 2015).

En blogg är en diskussion eller informativ webbplats som publiceras på internet och består av poster (inlägg). Fram till 2009 var bloggar oftast ett verk av en enda individ eller ibland av en liten grupp. På senare tid har bloggar utvecklats med inlägg skrivna av ett stort antal författare och är professionellt redigerade. Bloggar av tidningar, andra medier, universitet,

intresseorganisationer och liknande institutioner står för den ökande mängd bloggtrafik idag (Blog, 2010).

3. Syfte och frågeställningar

Syftet med denna studie var att undersöka kost- och träningsintresserades kännedom om och självskattade följsamhet till Livsmedelsverkets allmänna kostråd. Följande frågeställningar har tagits fram;

Vad anser målgruppen om Livsmedelsverkets kostråd?

Vilken kosthållning har denna målgrupp och varför?

Var får de sin information om hälsa och kost ifrån?

Vad anser målgruppen om hälsa och kost i media?

Hur når Livsmedelsverkets kostråd ut till denna grupp?

4. Metod och material

4.1. Upplägget av studien

För att uppnå studiens syfte och besvara frågeställningen valdes en tvärsnittsstudie i form av enkät. Tyngdpunkten för studien låg på att samla in och analysera kvantifierbar data (Bryman, 2008).

4.2. Litteratursökning

Relevanta artiklar för studien hittades via databasen Pubmed och Google Scholar. Sökorden innefattades bland annat av *kostråd*, *nordic recommendations*, *Livsmedelsverket*, *compliance*, *trends*, *diet* med flera.

4.3. Respondenter

Enkäten länkades i en Facebookgrupp med titeln "Träning, hälsa och kost". När enkäten publicerades hade gruppen cirka 9000 medlemmar. Individerna i gruppen är aktiva och publicerar dagligen mängder av inlägg i gruppens flöde. Den aktuella gruppen för denna undersökning beskriver sig som följer.

Sidan "Träning, kost och hälsa" är dels skapad för att Ni skall kunna sprida motivation, inspiration och idéer kring Er aktiva livsstil & träning - men även kunna bolla tankar med varandra.

4.4. Urval

Urvalet baserades på ett bekvämlighetsurval och inklusionskriteriet (Ejlertsson, 2012) var att individen skulle vara medlem i Facebookgruppen och vara 16 år eller äldre.

Bekvämlighetsurval är ett urval där man väljer ut individer som är lättast att nå till en undersökning (Bryman, 2008). Då individen är medlem i gruppen antas denne vara intresserad av träning, hälsa och kost.

4.5. Enkäten

Enkäten skapades i Google Docs och utformades efter dess program. Enkäten innehöll totalt 15 frågor. Frågorna handlade främst om deltagarnas kännedom om och självskattade följsamhet till Livsmedelsverkets kostråd, deltagarnas kosthållning, varifrån de hämtar inspiration om hälsa och kost och hur de känner inför hälsa och kost i media idag (Bilaga 2). 6 frågor var flervalfrågor med förutbestämda svarsalternativ. På dessa frågor kunde deltagaren välja obegränsat med svarsalternativ. På fem utav frågorna fanns ett *Övrigt* alternativ där

deltagaren själv kunde fylla i ett svar om inget av de förutbestämda stämde in. Den sista frågan var en öppen fråga. 11 frågor var obligatoriska, det vill säga att deltagaren inte kunde skicka in enkäten om någon av dessa frågor inte var besvarade. De frågor som inte var obligatoriska kunde endast de deltagare som kände till Livsmedelsverkets kostråd svara på.

4.6. Pilotstudie

En pilotstudie genomfördes för att utvärdera enkätens frågor och validitet. Pilotstudien genomfördes med hjälp av bekanta via Facebook som inte ingick i gruppen ”Träning, kost och hälsa” och totalt samlades 20 svar och synpunkter in. Efter pilotstudien gjordes småjusteringar av enkäten. Bland annat lades ett *Annat* alternativ till vid frågan om kön. På fråga 5 ändrades några av alternativen så att de skiljde sig mer markant från Livsmedelsverkets kostråd. I pilotstudien frågades på fråga 9 om deltagaren följer/inte följer någon diet. Frågan ändrades för att undvika dubbelfråga. På fråga 11 kunde deltagaren i piloten kryssa i fritt antal svarsalternativ, i den slutgiltiga studien ombads deltagaren att välja tre svarsalternativ. Youtube och Facebook lades även till som svarsalternativ på frågan.

4.7. Utförandet av studien

Administratören för gruppen tillfrågades dagen innan om godkännande för publicering av enkäten. Enkäten lades upp på onsdagskvällen den 22 april klockan 19.00 och togs ner på fredagskvällen den 24 april. Totalt deltog 98 individer från Facebookgruppen “Träning, hälsa och kost” i undersökningen. Inget internt bortfall förekom. Länkningen i Facebookgruppen skedde på en vardagskväll för att undvika bortfall. Länken gillades och kommenterades av oss själva och av andra vilket gjorde att den åkte upp i gruppens flöde. På så sätt nådde länken fler i gruppen då den hölls aktuell. Ett lämpligt antal svar vid en kvantitativ enkätundersökning på C-uppsatsnivå är cirka 100 svar enligt studiehandledningen för institutionen för kostvetenskap, Uppsala universitet, VT 2015.

4.8. Statistisk bearbetning

Datan sammanställdes och utvärderades i Google Docs med hjälp av beskrivande statistik. Vid statistiska analyser och jämförelser av kvantitativa data är det vanligast att man använder sig av medelvärdet (Ejlertson, 2012). Medelvärdet var det värde vi använde oss av vid beräkning av deltagarnas genomsnittsålder men även medianåldern räknades ut. Därefter räknades procentsatsen för några svarsalternativ ut för att kunna beskriva delar av en helhet. Lämpliga diagram skapades och därefter tolkades och analyserades resultatet.

4.9. Kontakt med Livsmedelsverket

Då ingen riktig överblick över Livsmedelsverkets hemsida erhöles skickades ett mail (Bilaga 1) till Livsmedelsverkets officiella mailadress med frågan om hur Livsmedelsverket jobbar för att nå ut till befolkningen med deras kostråd. Till exempel om de använder sig utav några specifika medier eller kampanjer. Ytterligare ett mail (Bilaga 3) skickades angående Livsmedelsverkets historik samt en fråga om hur man bäst orienterar sig på deras hemsida.

4.10. Etiska överväganden

Det finns mer eller mindre obligatoriska regler och föreskrifter som en forskares arbete regleras av. Forskaren bör se till att forskningen är moraliskt acceptabel och av god kvalitet och forskningsetiska reflektioner bör vara en naturlig del av forskningens vardag. Det finns fyra forskningsetiska principer. Informationskravet, samtyckeskravet, konfidentialitetskravet samt nyttjandekravet. Informationskravet innebär att deltagaren har rätt till ordentlig information om syftet med studien samt att det är frivilligt att medverka i studien. Samtyckeskravet innebär att deltagaren har rätt att själv välja om denne vill medverka i

studien eller inte. Med konfidentialitetskravet menas att deltagarens personuppgifter ska skyddas och inte kunna nås av obehöriga. Det sista kravet, nyttjandekravet, innebär att de uppgifter som samlas in av deltagarna endast får användas i forskningssyfte (Codex, 2015). Alla deltagare informerades i enkäten (Bilaga 2) om att det var frivilligt att medverka och att de när som helst kunde välja att hoppa av och insamlingsmaterialet från individen då kommer att strykas. Information om konfidens samt studiens syfte och hur den senare kommer publiceras delgavs även de medverkande i gruppen (Codex, 2015).

5. Resultat

5.1. Respondenternas ålder och kön

Fråga 1 och 2 gällde respondenternas ålder och kön. Respondenternas ålder varierade från 16-54 år. De flesta som svarade låg i de lägre ålderskategorierna och störst andel av respondenterna låg i intervallet mellan 21-25 år (Fig. 1). Respondenternas medelålder låg på 26,41 och median för ålder var 24 år.

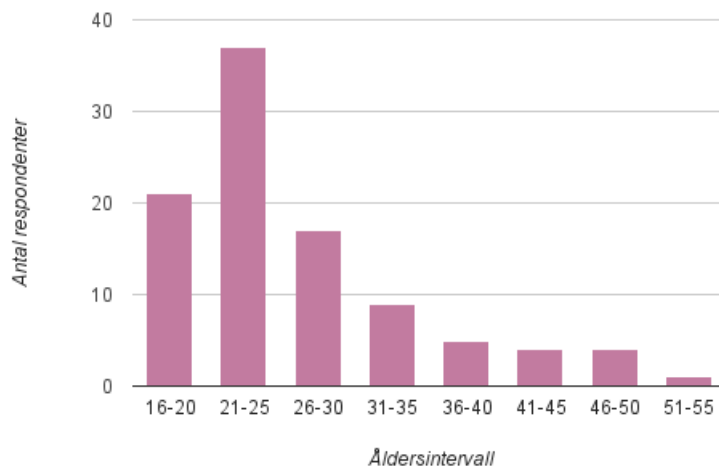


Fig. 1. Fördelningen över respondenternas ålder. (n=98) Det var fler kvinnor än män som deltog i undersökningen. Av 98 respondenter var 70 kvinnor (71,4 %) och 28 män (28,6 %) (Fig. 2).

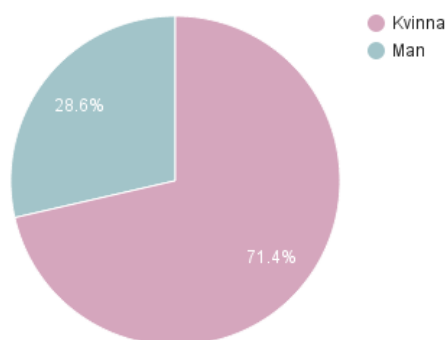


Fig. 2. Fördelningen i procent mellan respondenternas kön. (n=98)

5.2. Respondenternas kännedom och inställningar till Livsmedelsverkets kostråd

Svar på fråga 3 visade att majoriteten av respondenterna känner till att Livsmedelsverket ger ut kostråd. 68 respondenter svarade att de känner till att Livsmedelsverket ger ut kostråd medan 30 respondenter svarade att de inte gör det. Av de som svarade *Ja* på frågan var 33,6 procent kvinnor och 66,2 procent män. Av de som svarade *Nej* på frågan var 83,3 procent kvinnor och 16,7 procent män. Det var betydligt färre respondenter som kände till innehållet i Livsmedelsverkets kostråd. På fråga 4, ifall de känner till innehållet i Livsmedelsverkets kostråd, svarade 28 respondenter *Ja*, 49 svarade *Nej* och 22 svarade *Delvis*.

Fråga 5 var en flervalsfråga. Av de respondenterna som kryssade i fråga 5, vilka fem kostråd som stämmer överens med Livsmedelsverket, kryssade majoriteten i rätt alternativ. Av totalt 98 respondenter var det 50 respondenter som trodde sig känna till Livsmedelsverkets kostråd och svarade på frågan. Det kostråd som flest kryssade i var kostrådet om frukt och grönt, 47 respondenter (94 %), och om fullkorn, 45 respondenter (90 %) (Tab. 1). Tätt därefter kom rådet om konsumtion av fisk, 43 respondenter (86 %), och nyckelhålmärkta produkter, 41 respondenter (82 %). Det kostråd som respondenterna hade minst koll på var rådet om att använda flytande margarin och olja i matlagningen där bara 33 (66 %) av respondenterna valde detta alternativ. Det felaktiga påståendet som valdes av flest var alternativet om att välja fullfeta livsmedel framför lågfettsprodukter där 10 respondenter (20 %) svarade att det var ett av Livsmedelsverkets kostråd.

Tab. 1. Fördelningen i procent över vilka fem kostråd respondenterna tror stämmer överens med Livsmedelsverkets. (n=50)

Ät mycket kött, gärna 300 gram om dagen.	4 %
Välj gärna nyckelhålmärkta livsmedel.	82 %
Ät fisk ofta, gärna två-tre gånger i veckan.	86 %
Ät gärna frukt, men inte för mycket då det ökar sötsuget.	2 %
Välj i första hand animaliskt fett i matlagningen.	14 %
Undvik stärkelserika livsmedel, såsom bröd, pasta, ris och potatis.	8 %
Ät mycket frukt och grönt, gärna 500 gram om dagen. Det motsvarar till exempel tre frukter och två rejäla portioner grönsaker.	94 %
Välj i första hand fullkorn när du äter bröd, flingor, gryn, pasta och ris.	90 %
Välj i första hand fullfeta livsmedel framför lågfettsprodukter.	20 %
Använd gärna flytande margarin eller olja i matlagningen.	66 %

Fråga 6 var en flervalsfråga. Inställningen till Livsmedelsverkets kostråd var både positiv och negativ. På fråga 6, om vad respondenterna anser om Livsmedelsverkets kostråd, svarade totalt 50 av 98 respondenter. 21 respondenter ansåg att kostråden är hälsosamma medan tre ansåg att de var ohälsosamma (Fig. 3). 18 respondenter ansåg att Livsmedelsverkets kostråd var omoderna. Nio respondenter valde alternativ *Övrigt* och lämnade kommentarer som att kostråden inte passar alla, är bortglömda, att de syns sällan och att det krävs många års forskning för att kunna uppdatera råden och att detta inte är helt optimalt. Andra kommenterade att råden är ”pedagogiska”, ”en stöttepelare” och ”till viss del ohälsosamma”.

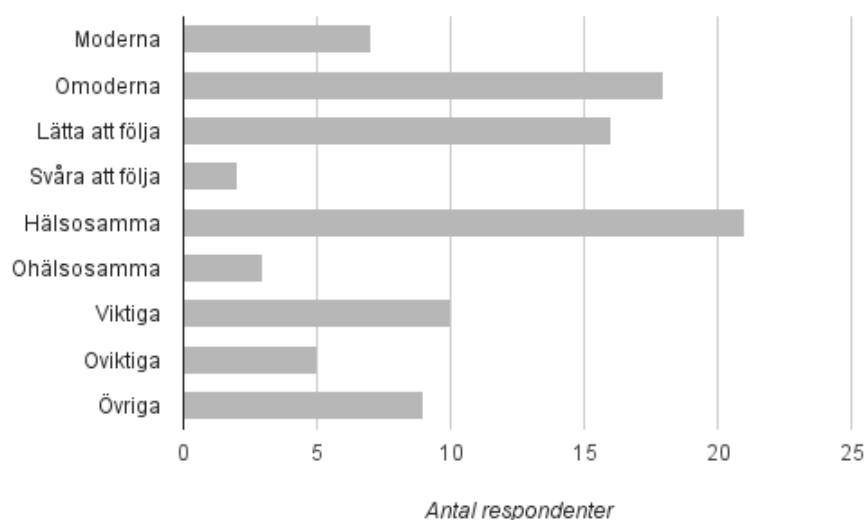


Fig. 3. Fördelningen i antal över vad respondenterna anser om Livsmedelsverkets kostråd. (n=50)

Bland de 52 av 98 respondenter som svarade på fråga 7, om respondenterna följer Livsmedelsverkets kostråd, svarade en klar minoritet att de gör det. Endast fyra respondenter svarade att de följer Livsmedelsverkets kostråd, 19 respondenter svarade att de inte gör det och ungefär hälften, 29 respondenter, svarade *Delvis*.

5.3. Respondenternas kosthållningar

Fråga 8 var en flervalssfråga. På fråga 8, om vilken kosthållning som stämmer bäst in på hur respondenten äter, svarade 40 av 98 att de inte följer någon speciell diet. 30 respondenter svarade att de räknar kalorier och 17 respondenter att de äter efter tallriksmodellen (Fig. 4). 19 respondenter alternativt *Övrigt* och lämnade kommentarer som att de äter efter ett kostschema från coach eller personlig tränare eller att de lägger till extra protein för att muskelbyggandet ska gå bättre. Andra svarade att de minskat på kolhydratiska livsmedel medan en respondent specificerade att denne gärna åt “kokosfett, smör, oljor, mycket bär, nötter, avokado, spenat, grönkål, broccoli, Aloe Vera, tomat, rödbeta, kyckling och fisk”. Utöver det var det en respondent som svarade att denne “bulkar, det vill säga strikt bodybuilder diet”. En person använder sig av annan diet och en annan att svarade att denne äter “bra och nyttigt och minskat godisätandet till en dag i veckan”. Det var även en person som svarade “äter-allt-man-kommer-över-dieten” och en annan “en blandning av flera och olika i olika perioder beroende på mål”.

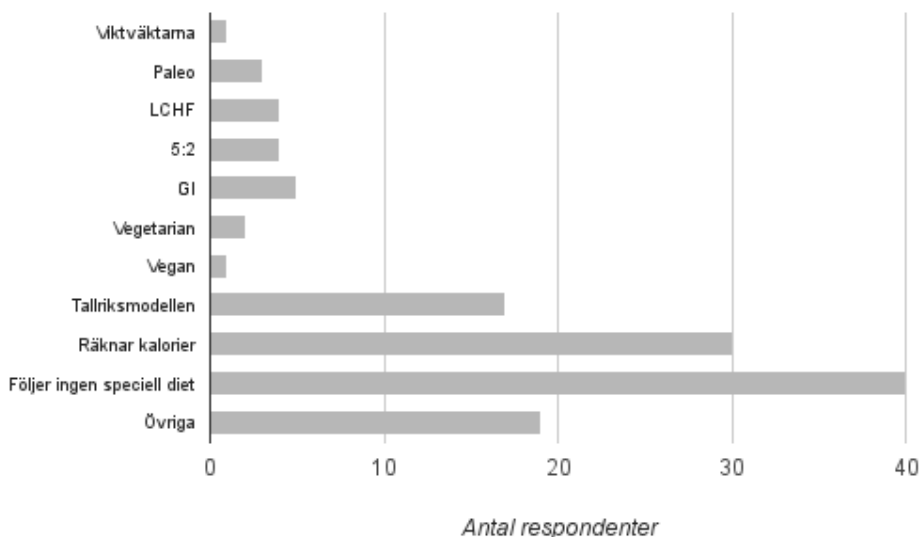


Fig. 4. Fördelningen i antal över respondenternas kosthållning. (n=98)

Fråga 9 var en flervalsfråga. Mer än hälften, 58 av 98 respondenter, angav att de åt på ett visst sätt för att hålla sig friska och att det var den största anledningen till respondenternas kosthållning (Fig. 5). 45 personer angav att de vill se bra ut, 44 ville äta god mat och 40 ville bygga muskler. 31 respondenter angav att de ville gå ner i vikt medan endast två angav att de ville gå upp i vikt. Fem av respondenterna fyllde i ytterligare information om kosthållningen i *Övrigt* rutan. En kvinna uppgav graviditet och en annan respondent uppgav sjukdom som anledningar till deras kosthållning. Tappa fett, tävlar i fitness och att äta det man hinner var ytterligare tre anledningar.

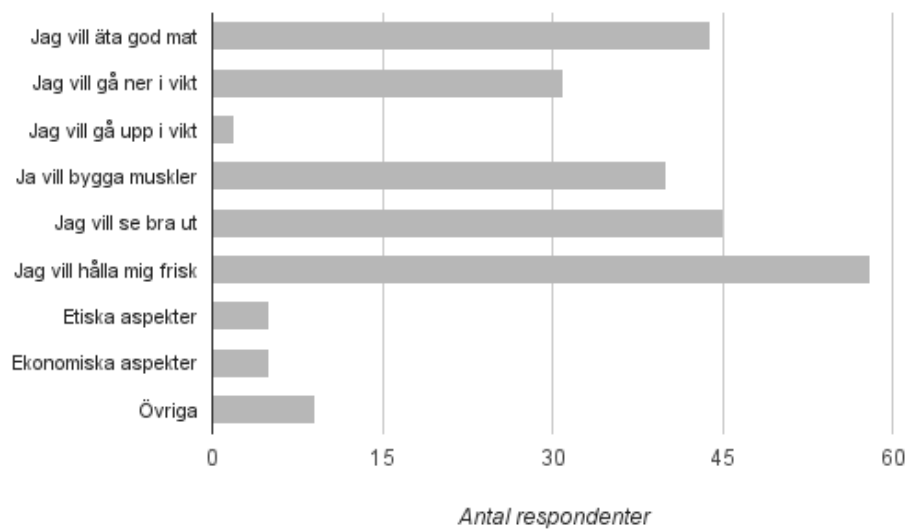


Fig. 5. Fördelningen i antal över varför respondenterna äter som de gör. (n=98)

5.4. Respondenternas känslor kring hälsa och kost i media

Fråga 10 var en flervalsfråga. På fråga 10, om vad respondenterna känner inför hälsa och kost i media, svarade cirka en tredjedel, 31 respondenter, att de tycker att hälsa och kostråd i media är förvirrande (Fig. 6). Därefter valdes alternativ *Stressande* av 29 respondenter och *Inspirerande* av 26 respondenter. 24 respondenter svarade att de inte bryr sig. 11 respondenter valde alternativ *Övrigt* och lämnade kommentarer som att det finns för mycket okunskap, dåliga källor och att kostråden ofta är motsägelsefulla och ”mirakelmetoder”. En respondent svarade att det “skapar en viktthets”, en annan att denne inte läser dessa utan använder andra källor.

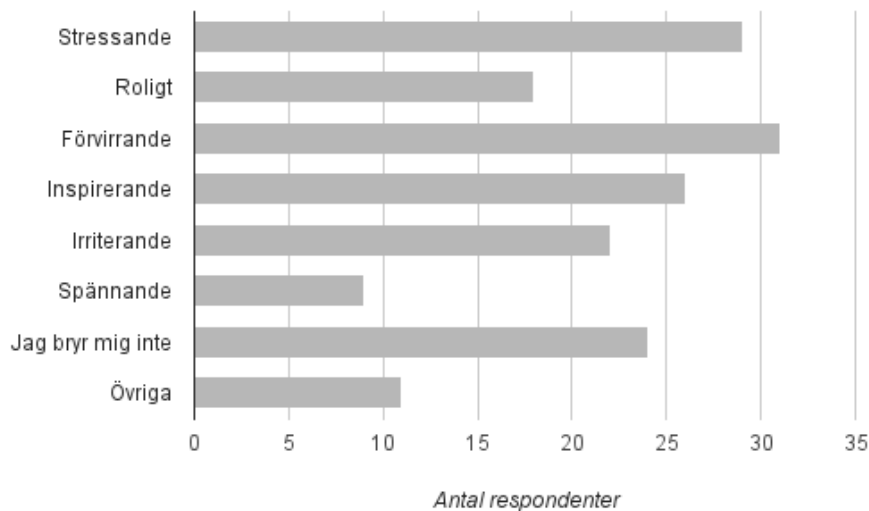


Fig. 6. Fördelningen i antal över hur respondenterna känner inför hälsa och kostråd i media. (n=98)

5.5. Respondenternas informationskällor till hälsa och kost

Fråga 11 var en flervalsfråga. På fråga 11, om var respondenterna hämtar sin information om hälsa och kost, var det mest valda svarsalternativet vetenskapliga artiklar, 49 av 98 respondenter angav detta som deras främsta källa (Fig. 7). Därefter följde bloggar och böcker, 34 respondenter angav bloggar och 29 angav böcker. Endast två av respondenterna angav TV som en av de tre främsta informationskällorna till hälsa och kost. Några av respondenterna angav även andra källor utöver de redan givna alternativen enligt följande. Fem personer hämtade information från sin personliga tränare, en hämtade information från sin personliga kostrådsgivare och en från sin coach. Två respondenter hämtade information via sina utbildningar, tre respondenter hämtade information från internet, en respondent angav recept som informationskälla och en respondent angav sig själv.

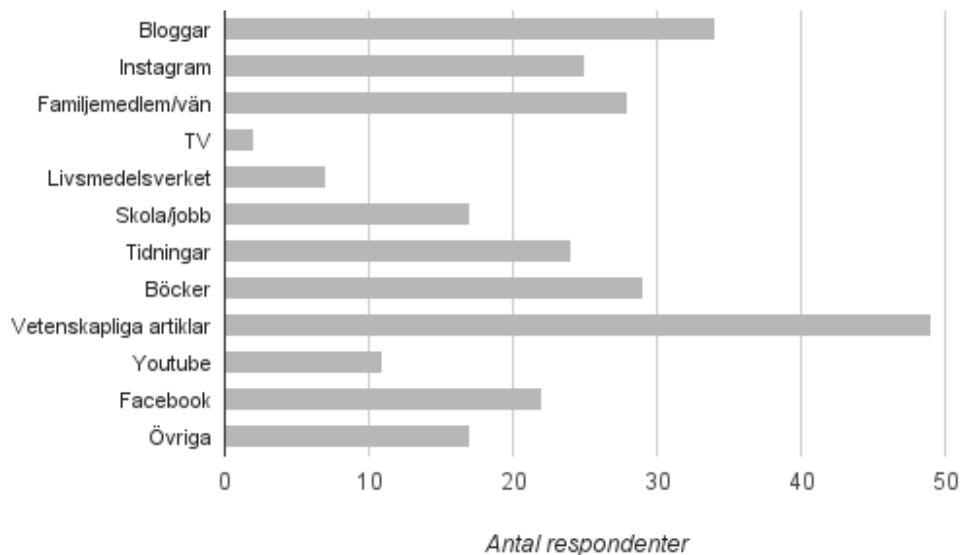


Fig. 7. Fördelningen i antal över var respondenterna främst hämtar sin information om hälsa och kost. (n=98)

5.6. Respondenternas kännedom om nyckelhålmärkningen

På fråga 12, om deltagarna känner till nyckelhålmärkningen, svarade majoriteten att de gör det. 91 respondenter svarade *Ja* medan sju svarade *Nej*. De som inte kände till nyckelhålmärkningen låg i de två lägsta åldersintervallen där den äldsta personen var 26 år. Enligt fråga 13 tittar åtta respondenter efter nyckelhålmärkningen när de handlar medan drygt hälften, 49 respondenter, inte gör det och 42 delvis gör det.

5.7. Respondenterna om Livsmedelsverkets hemsida

På fråga 14, om respondenterna har besökt Livsmedelsverkets hemsida, blev svarsfrekvensen delad då 46 av 98 respondenter svarade *Ja* och 52 svarade *Nej*. Endast en respondent kände inte till deras hemsida. På fråga 13, om i vilket syfte respondenterna besökt Livsmedelsverkets hemsida, angavs att syftet var skol- eller jobbrelaterat, för information om kostråd eller efter sökning på Google. Andra angav att syftet var att undersöka vad som får och inte får ätas under graviditet samt läsa om E-ämnen. Andra ville se näringsvärden och energiinnehåll för olika livsmedel och en respondent ville bara "titta på eländet".

5.8. Information från Livsmedelsverket

Vid mailkontakt med Livsmedelsverkets upplysning informerades författarna av denna uppsats om att Livsmedelsverkets viktigaste kanal till medborgarna är deras hemsida där de har många besökare varje dag. De har en telefonservice som heter Upplysningen som är öppen varje förmiddag och de driver även en blogg vid namn Måltidsbloggen. När Livsmedelsverket vill lyfta någon särskilt viktig fråga går de ut i ett pressmeddelande och någon enstaka gång har de också pressträff. Övriga viktiga kanaler är Livsmedelsverkets vidareinformatörer så som skolan, kommunen och vården som de arbetar aktivt mot (Bilaga 1).

6. Diskussion

6.1. Metoddiskussion

Valet att använda oss av en kvantitativ metod i form utav en enkät motiverades av att det är en bra metod för att få in många svar samt att syftet bättre kunde uppnås (Bryman, 2011).

Vi hade som mål att få in 100 svar på vår enkät. Vi bestämde oss för att ta ner enkäten när vi fått in 98 svar. Då hade enkäten legat uppe i två dygn och vi hade kommenterat och gillat länken några gånger för att den skulle åka upp i flödet. På så sätt blev enkäten synlig för flera medlemmar i gruppen då den hamnade överst på Facebookgruppens sida. Vi gjorde bedömningen att det inte gick att få in fler svar och nöjde oss därför med 98 respondenter.

Innan den slutgiltiga enkäten lades upp i Facebookgruppen pilottestades den och synpunkter på upplägget och frågorna i enkäten samlades in från de som de deltog i pilotstudien. Därefter justerades enkäten för att säkerställa att frågorna svarade på frågeställningarna i uppsatsen. På så sätt blev enkäten tydligare och lättare att förstå för deltagarna i den riktiga studien vilket innebär en högre validitet för studien (Bryman, 2011).

Fördelen med en webbaserad enkät är att den är billig och tidseffektiv (Bryman, 2011) vilket passar bra för en undersökning på C-uppsatsnivå. Vi valde att skapa vår enkät i Google Docs för att på ett enkelt sätt kunna sammanfatta resultaten och skapa tabeller och diagram samt för att presentera resultaten på ett överskådligt sätt.

För att göra enkäten så tydlig som möjligt omarbetades den flera gånger efter våra egna åsikter och synpunkter från deltagarna i pilotstudien. Detta är extra viktigt vid just enkäter då det inte finns någon närvarande som kan hjälpa deltagaren för att besvara frågor kring enkäten (Bryman, 2011). Just därför angav vi i enkäten telefonnumret till institutionen för kostvetenskap, Uppsala universitet som respondenterna kunde ringa vid frågor. Respondenterna hade även kunnat höra av sig direkt via Facebook till oss som författare av denna uppsats.

Tidigare studier har visat att pengar eller annan form av kompensation ökar individens benägenhet att svara på en enkät (Bryman, 2011). En kompensation för deltagandet hade alltså kunnat leda till ett större antal deltagare i studien, men något sådant är inte aktuellt för en C-uppsats. Dessutom är Facebookgruppen skapad för att sprida motivation och inspiration om träning och en aktiv livsstil vilket kan tänkas motivera deltagarna att delta i undersökningen.

Respondenterna informerades även om syftet med enkäten, att den var frivillig, konfidentiell

samt att uppsatsen endast kommer publiceras i forskningssyfte. Detta gjordes för att uppfylla de etiska överväganden som behöver göras av forskaren (Codex, 2015).

En nackdel med att enkäten var webbaserad var att deltagaren på frågan om vilka kostråd som hörde ihop med Livsmedelsverket lätt hade kunnat leta upp svaren på egen hand. Vi utgick från att deltagarna skulle vilja svara på frågorna utan att leta rätt på kostråden. Denna enkät var ingen form av test och eftersom deltagarna är kost- och träningsintresserade så borde de varit tillräckligt motiverade att svara utifrån sina egna kunskaper.

Det kan inte uteslutas att en och samma individ svarat på enkäten mer än en gång vilket i sådana fall skulle påverka resultatets reabilitet. Vi ser dock ingen anledning för respondenten att vilja svara på enkäten ytterligare än gång då ingen typ ut av kompensation gavs ut.

Även att vissa av frågorna hade fasta svarsalternativ kunde påverka respondenten och på så sätt resultatet för studien. Här försökte vi lägga in så många alternativ som möjligt med både negativ och positiv betoning för att fånga in alla olika sorters värderingar från deltagarna. På flera av frågorna bestämde vi oss för att ha ett *Övrigt* alternativ där deltagaren själv kunde skriva in eller lägga till ett eget svar på frågan. Detta för att respondenten inte skulle känna sig låst till de givna alternativen, vilket skulle kunna leda till att respondenten valt att avsluta enkäten.

För att undvika internt bortfall gjorde vi frågorna i enkäten obligatoriska att fylla i för att kunna skicka in enkäten. Annars fanns risken att respondenten skulle välja att hoppa över de frågor som kändes irrelevanta eller intetsägande (Bryman, 2011). Möjligen kan detta ha gjort att någon av deltagarna valt att avsluta studien då de inte velat svara på eller inte förstått en fråga, men vi kände att vi hellre tog risken att någon hoppade av än att möjligheten fanns att kunna skicka in en ofullständigt ifylld enkät. Detta gjorde att vi inte hade något internt bortfall men att ett externt bortfall kan ha förekommit.

I det stora hela fungerade denna metod väldigt bra i förhållande till vårt syfte och frågeställningar. Det gick snabbt att få svar från respondenterna i målgruppen och engagemanget var förhållandevis stort. Resultatet från datainsamlingen var lätt att analysera och tolka och resultatet visade det förväntade.

6.2. Resultatdiskussion

6.2.1. Sammanfattning av resultatet

Syftet med denna uppsats var att undersöka kännedom om och självskattad följsamhet till Livsmedelsverkets allmänna kostråd bland kost- och träningsintresserade individer. Studien visade att kännedomen kring kostråden är delad då majoriteten, 68 respondenter, kände till att Livsmedelsverkets ger ut kostråd medan bara drygt hälften kände till innehållet i råden. De råd från Livsmedelsverket som flest respondenter kände till var råden om frukt och grönt samt fullkorn. Flest svar på ett falskt påstående fick alternativet om att använda fullfeta livsmedel framför lågfettprodukter, 10 av respondenterna angav detta som ett av Livsmedelsverkets kostråd. Inställningen till Livsmedelsverkets kostråd hos respondenterna var både positiv och negativ då 21 respondenter ansåg att de var hälsosamma och 18 respondenter ansåg att de var omoderna. 19 respondenter angav att de inte följer Livsmedelsverkets kostråd och 40 respondenter följer heller inte någon speciell diet. De flesta av respondenterna angav att de åt som de gjorde främst för att hålla sig friska, äta god mat och se bra ut. De flesta anser att budskapen om hälsa och kost i media är förvirrande för individen och kost- och

träningssintresserade hävdar att de hämtar sin information främst från vetenskapliga artiklar och bloggar. Livsmedelsverket som informationskälla till hälsa och kost valdes som näst sist bland 11 givna alternativ.

6.2.2. Deltagarnas bakgrund

Medelåldern för respondenterna i undersökningen var 26,41 och medianåldern var 24.

Respondenterna var relativt unga vilket kan bero på att Facebook är ett medium som växt fram under 2000-talet. Även hälsotrenden är ett relativt nytt fenomen (Goldberg et al., 2011) och det faller sig naturligt att den yngre generationen hakar på allt som är nytt.

Respondenterna i Facebookgruppen är en grupp som är intresserad av träning, hälsa och kost och eftersom de är med i denna grupp så vill de inspirera och inspireras av andra med samma intresse då detta är syftet med gruppen. Gruppen är väldigt aktiv och flödet blir snabbt fyllt av inlägg från denna grupp. Medlemmarna i vår undersökta grupp har således ett väldigt gediget intresse för träning och kost vilket gör att de är väldigt engagerade och insatta i hälsofrågor.

Majoriteten av respondenterna var kvinnor. Kvinnor kan vara mer benägna att delta i undersökningar, exempelvis var kvinnor också överrepresenterade i Riksmaten (2010-11). Idag är kostbudskapen i media ofta riktade till kvinnor vilket kan skapa ett större engagemang och intresse hos dem (Beardsworth, 2002).

6.2.3. Livsmedelsverkets allmänna kostråd

Majoriteten kände till att Livsmedelsverket ger ut kostråd men hälften kände inte till innehållet i dem. Detta var inget som förvånade oss då vi själva inte kände till innehållet innan vi började studera vid institutionen för kostvetenskap, Uppsala universitet. Dessutom syns Livsmedelsverket sällan i media eller i andra populära kommunikationskanaler vilket får en att tänka på uttrycket "Syns du inte på nätet, så finns du inte" (Copi OS, 2015). Det var procentuellt sett fler män än kvinnor som kände till Livsmedelsverkets kostråd. Anledningen skulle kunna vara att hälsobudskap i media oftast riktas till kvinnor vilket gör att män behöver söka mer aktivt för att få svar på sina frågor (Beardsworth, 2002).

Det kostråd som flest kände till var kostrådet om frukt och grönt. Detta kan bero på att man som liten lär sig att frukt och grönt innehåller vitaminer och är nyttigt. Uttrycket "An apple a day keeps the doctor away" hänger med oss från 1800-talet (MacGill, 2015). Fruktstund på förskolan och lärarnas och föräldrarnas ständiga uppmaningar om att äta upp grönsakerna på tallriken är även något som kan anses sitta djupt rotat i oss.

10 respondenter trodde att ett av Livsmedelsverkets kostråd var att välja fullfeta livsmedel framför lågfettsprodukter. Detta stämmer in på resultatet från studien som gjordes i Sverige mellan 1986-2010 där man kunde se en markant ökning av fettkonsumtionen från 2004 och framåt, vid den tidpunkten då LCHF började synas i media (Johansson et al., 2012). En av förespråkarna för LCHF är Andreas Eenfeldt, läkare och specialist i allmänmedicin i Karlstad, som kallar sig *Kostdoktor* och driver bloggen med samma namn. Han är väldigt aktiv i sociala medier och uppdaterar bloggen dagligen vilket genererar en stor publik och bloggen har cirka 50000 besökare per dag (Kostdoktor, 2015).

Ett annat kostråd som förtjänar lite extra fokus på var nyckelhålmärkningen då det är ett väldigt enkelt råd för konsumenten att följa. Individen behöver endast välja livsmedel med nyckelhålmärkningen för att då vara säker på att livsmedlet är nyttigare än andra liknande produkter. Det visade sig att de flesta känner till märkningen men färre väljer sina livsmedel utifrån detta. Detta kan bero på att individen inte exakt känner till fördelarna med nyckelhålet.

Kanske finns vetskapen om att märkningen symboliserar något bra men inte de olika fördelarna produkterna har för hälsan. Det kan även vara så att respondenten inte orkar bry sig om märkningen utan handlar det som den vanligtvis gör eller andra livsmedel som denne anser nyttigt eller gott. Nästan hälften av respondenterna angav att anledningen till deras kosthållning var att de vill äta god mat. De respondenter som inte kände till nyckelhålmärkningen låg i de två lägre åldersintervallen där den äldsta respondenten var 26 år. Anledningen till att de yngre respondenterna inte kände till märkningen kan bero på att Livsmedelsverket har hamnat efter i sin kommunikation av kostråden. Nyckelhålet har en officiell sida på Facebook som Livsmedelsverket står bakom (<https://www.facebook.com/nyckelhalet.se?sk=reviews>) där konsumenterna kan sätta betyg på sidan och nyckelhålet. Betyget är i dagsläget 1,3 stjärnor av 5 vilket är ett mycket lågt betyg. Kommentarer som lämnats i samband med betygen är mestadels negativa och fokus ligger på att nyckelhålets produkter innehåller mindre fett vilket majoriteten av författarna till inläggen anser är dåligt (Facebook, 2015).

En misstro till Livsmedelsverket kan finnas och bland annat bero på det uppmärksammade felaktiga larmet om akrylamid som nio månader senare drogs tillbaka (Atterstam, 2003). När Socialstyrelsen tillsammans med Brödinstitutet gick ut med att befolkningen skulle äta 6-8 skivor bröd om dagen var det många som trodde att Livsmedelsverket stod bakom detta. När trenddieter som LCHF och lågkolhydratkoster blir allt vanligare är det lätt för konsumenten att börja tvivla på Livsmedelsverkets kostråd som rekommenderar en stor del kolhydrater i tallriksmodellen.

Den senaste rapporten kring folkhälsan i Sverige från Folkhälsomyndigheten i Sverige visar på att andelen vuxna med fetma fördubblats sedan 1990 (Folkhälsomyndigheten, 2014). Detta går hand i hand med studien från Västerbotten som visade på att svenskarnas Body Mass Index (BMI) stadigt ökat de senaste 20 åren. Detta skulle kunna ses som ett misslyckande från Livsmedelsverkets sida då svenskens genomsnittliga BMI nu är i nivå med övervikt. (Stjernström 2013, 6 November). Livsmedelsverket har ju som uppgift att förmedla bra matvanor till Sveriges befolkning (Livsmedelsverket, 2015). Oavsett vad denna ökning i BMI beror på blir det lätt för andra aktörer att kliva in och utmåla Livsmedelsverket som syndabock till folksjukdomar och befolkningens stigande vikt och på så sätt minimera Livsmedelsverkets roll i samhället (Johanson et al., 2012).

6.2.4. Kosthållningar

De flesta av deltagarna angav att de inte följer någon speciell diet på frågan om vilken kosthållning som passar bäst in på dem. Flera av deltagarna hade även lämnat egna kommentarer om sin kosthållning. Detta var ett förväntat resultat då de flesta människor förmodligen inte följer någon diet eller kosthållning till punkt och pricka. Det andra vanligaste alternativet var att räkna kalorier. Många av våra respondenter räknar kalorier för att till exempel bygga mer muskler, gå ner i vikt eller få bättre träningsresultat då flera av deltagarna hade lämnat det som egen kommentar om sin kosthållning. 17 personer angav att de följer tallriksmodellen vilket går i linje med Livsmedelsverkets rekommendationer. Dock kan man inte vara helt säker på om deltagarna känner till tallriksmodellens proportioner där den minsta delen består av proteiner (Livsmedelsverket, 2015). Att äta extra proteiner för muskelbyggandet var nämligen något som återkom i kommentarerna när deltagarna själva valde att skriva om sin kosthållning.

Det är viktigt att hålla sig frisk och se bra ut enligt våra deltagare och det stämmer bra med de budskap som förmedlas i media idag. Konsumenten matas dagligen av hälsotips för att se så

bra ut som möjligt och det är svårt att inte beröras då informationen flödar fritt. De flesta av deltagarna tycker även att hälsa och kost i media är förvirrande och stressande. Detta beror säkerligen på den enorma mängd information om ämnet som florerar i media idag (Berg, Magnusson, 2009, 12 November). Intresset för hälsa och kost har aldrig varit så stort och det finns, vid sidan av Livsmedelsverket, en rad självutnämnda "experter" inom området. Mycket information är däremot inte evidensbaserad och rubriker är ofta satta för att locka till sig läsaren. Detta gör att många inte vet vad som är sant och inte och börjar tvivla på de flesta hälso- och kostråd som de ser i media. (Goldberg, 2011). Det finns även en stressande faktor i att man måste hålla sig hälsosam och se bra ut för att vara en del av dagens perfekta ideal (Beardsworth, 2002). Fler och fler trenddieter dyker upp och löpsedlarna domineras av rubriker som handlar om att gå ner i vikt. Att den undersökta gruppen känner sig förvirrade och stressade över detta är inte förvånande då budskapet är tydligt. Det är idag enligt media viktigt att vara hälsosam, vältränad och smal och det finns en rad "kostexperter" i sociala media som anser sig veta hur vi ska nå dessa mål (Kostdoktorn, 2008). *Mirakelmetoder* för vikttnedgång är också ett vanligt fenomen i media då det kräver minsta möjliga ansträngning och ger bästa resultat. Alla förstår säkert att detta är en omöjlig ekvation och att mirakelmetoderna ofta är skapade för att sälja mer av en viss produkt. Alla dessa aspekter gör att alltfler anser att media många gånger är en opålitlig källa (Goldberg, 2011).

Anledningen till att de flesta i den undersökta gruppen inte följer någon speciell diet kan bero på att hälften av dem inte känner till innehållet i Livsmedelsverkets kostråd. Det kan även bero på att Livsmedelsverket inte är tillräckligt aktiva i sociala medier. Det kan även vara så att det finns för mycket kostbudskap i media idag vilket gör individen osäker på vad denne kan lita på och inte. När förtroendet för informationskällor sviker vänder sig den hälsointresserade till vetenskaplig fakta och skapar sin egen diet och livsstil (Goldberg et al., 2011). Respondenternas främsta källa till information om hälsa och kost enligt vår undersökning var just vetenskapliga artiklar.

6.2.5. Källor till information om kost

I undersökningen visades att de flesta deltagarna hämtar sin information om hälsa och kost från vetenskapliga artiklar vilket bekräftar idén om att den hälsointresserade individen använder sig av aktiva kommunikationskanaler där det krävs engagemang av denne. Minst populärt i denna grupp var att hämta sin information från TV som är en passiv kommunikationskanal och således passar bättre för att nå den mindre hälsointresserade (Dutta-Bergman, 2009). Att hämta information från Livsmedelsverkets hemsida var den näst minst populära källan i denna undersökning. En av anledningarna till detta kan vara att mer än en tredjedel tyckte att råden var omoderna. En annan anledning kan vara att deltagarna inte känner till att Livsmedelverket ger ut kostråd. Livsmedelsverket är heller inte särskilt aktiva i sociala medier som är en stor del av dagens kommunikation av hälso- och kostråd. De har inget Instagramkonto och bloggen som Livsmedelsverket hänvisade till via mail kändes oinspirerande för oss som författare av denna uppsats och var relativt ouppdaterad för att kunna locka till sig en större publik. Bloggen var heller ingen sida som vi själva besökt tidigare och vi visste inte heller att den existerade trots att vi studerar vid institutionen för kostvetenskap. Livsmedelsverket använder dock Youtube där de har 14 videoklipp och 118 följare. Youtube är ett populärt socialt medium där de skulle kunna lägga mer energi på att få ut sina kostråd på ett mer "modern" sätt och vara en synlig aktör i dagens populära sociala medier. Livsmedelsverket har en Facebook med 1868 gilla-markeringar där det uppdaterar mer frekvent. Vi tycker det var lite märkligt att Livsmedelsverket inte nämnde Facebook som en av deras kommunikationskanaler då den kändes betydligt mer inspirerande, enligt vår bedömning, än bloggen. Dock kan man göra en jämförelse mellan Livsmedelsverkets

Facebooksida och Andreas Enfeldt, *Kostdoktor*, som har en Facebooksida med 111000 gillamarkeringar. Många av respondenterna nämnde även bloggar som inspiration till sin kosthållning så det skulle vara till Livsmedelsverkets fördel att satsa mer på deras egen blogg.

Att hälften av deltagarna hämtar sin information om hälsa och kost från vetenskapliga artiklar förvånades oss lite då vetenskapliga artiklar oftast är komplexa och inte skrivna för gemene man. Det är inte uteslutet att deltagarna har missuppfattat begreppet "Vetenskapliga artiklar" och trott att det är en vanlig tidningsartikel som refererar till en vetenskaplig. Detta är endast spekulationer och det kan mycket väl vara så att deltagarna i gruppen är väldigt insatta och vana att läsa vetenskapliga artiklar. Många uppgav även att de studerat kost vilket gör att de förmodligen är bekanta med denna typ av artiklar.

Ungefär hälften av deltagarna hade besökt Livsmedelsverkets hemsida och de flesta hade gjort det via en sökning på Google vilket bekräftar det Livsmedelsverket skriver via mailkorrespondens om att deras hemsida är deras viktigaste kommunikationskanal med många besökare. Respondenterna som är kost- och träningsintresserade anser att Livsmedelsverkets kostråd är hälsosamma och viktiga och ses säkerligen därmed som pålitliga för individen som söker svar på frågor om gifter, e-ämnen och lämplig mat vid graviditet. Några angav att deras informationskälla var skola/jobb vilket indirekt kan betyda Livsmedelsverket då de använder skolan, kommunen och vården som vidareinformatörer. Men en lätthanterlig hemsida är viktigt för att nå ut, inte minst till de mindre hälsointresserade som inte är lika engagerade.

6.2.6. Uppsatsens resultat i relation till kostvetarprofessionen

Resultat från denna uppsats visar på att dagens kostvetare måste lägga stor vikt på hur de ska kommunicera med konsumenten och vilka kanaler de ska kommunicera genom för att nå ut med sitt budskap. Med så många aktörer på marknaden som det finns idag är det viktigt att som kostvetare göra sin röst hörd på ett övertygande sätt. Det är även viktigt att ha i åtanke att den hälsointresserade och den mindre hälsointresserade använder olika kommunikationskanaler och således nås på olika sätt (Dutta-Bergman, 2009). Det krävs ett stort engagemang från budskapssändaren och en frekvent uppdatering för att locka till sig en publik och få den att stanna. Att betona att Livsmedelsverkets kostråd är vetenskapligt grundade och baseras på aktuell forskning är också viktigt att kommunicera för att skapa förtroende.

6.3. Slutsats

Bland kost- och träningsintresserade i den här studien känner majoriteten till att Livsmedelsverket ger ut kostråd. Drygt hälften av respondenterna tror sig även känna till innehållet i Livsmedelsverkets kostråd. Kostråden om frukt och grönt och att välja fullkorn var de råd som flest respondenter kände till. 10 respondenter svarade felaktigt att ett av Livsmedelsverkets kostråd var att välja fullfeta livsmedel framför lågfettsprodukter. Även fast majoriteten av respondenterna i gruppen kände till nyckelhålmärkningen så var det väldigt få som tittade efter märkningen när de handlade. Inställningen till Livsmedelsverkets kostråd var splittrad. Respondenterna följer över lag ingen speciell diet. De väljer att äta som de gör främst för att hålla sig friska, äta god mat och se bra ut. Gruppen är väl insatta i sociala medier och hämtar främst sin information om hälsa och kost från vetenskapliga artiklar och bloggar. Att hämta information från Livsmedelsverkets hemsida var den näst minst populära källan. Respondenterna anser att hälsa och kost i media är förvirrande och stressande. Ungefär hälften av deltagarna hade besökt Livsmedelsverkets hemsida och en bättre kommunikation i sociala medier skulle göra det möjligt för Livsmedelsverket att nå ut till fler.

7. Referenslista

About.com. (2015) *What Is Instagram?* Hämtad 2015-06-18 från <http://webtrends.about.com/od/prof4/a/What-Is-Instagram-Wiki.htm>

Abrahamsson, L., Andersson, A., Becker, W., Nilsson, G. (2006). *Näringslära för högskolan*. Stockholm: Liber; 2006.

Adamsson, V., Reumark, A., Cederholm, T., Vessby, B., Risérus, U., & Johansson, G. (2012). What is a healthy Nordic diet? Foods and nutrients in the NORDIET study. *Food & Nutrition Research*, 56, 10.3402/fnr.v56i0.18189. doi:10.3402/fnr.v56i0.18189

Andersson, A., & Bryngelsson, S. (2007). Towards a healthy diet: from nutrition recommendations to dietary advice. *Scandinavian Journal of Food & Nutrition*, 51(1), 31–40. doi:10.1080/17482970701284338

Atterstam, I. (2003, 28 Januari). Akrylamid ger inte cancer. *Svenska dagbladet*. Hämtad 2015-04-21 från http://www.svd.se/nyheter/inrikes/akrylamid-ger-inte-cancer_79171.svd

Beardsworth, A. Bryman, A. Keil, T. Goode, J. Haslam, C. Lancashire, E. (2002) "Women, men and food: the significance of gender for nutritional attitudes and choices", *British Food Journal*, Vol. 104 Iss: 7, pp.470 – 491. doi:10.1108/00070700210418767

Berg, C. Magnusson, M. (2009, 12 November). Media ger en skev bild av mat och hälsa. *Göteborgsposten*. Hämtad 2015-05-21 från <http://www.gp.se/nyheter/debatt/1.247618-media-ger-skev-bild-av-mat-och-halsa>

Blog. (2010). *Wikipedia*. Hämtad 2015-05-18 från <http://en.wikipedia.org/wiki/Blog>

Bratt, A. (2014, 3 Oktober). Hur farligt är fett? *Dagens Nyheter*. Hämtad 2015-04-07 från <http://www.dn.se/ekonomi/hur-farligt-ar-fett/>

Bryman, A. (2011) *Samhällsvetenskapliga metoder*. Stockholm: Liber.

Brödinstitutet. (2015). Om oss. Hämtad 2015-05-28 från <http://www.brodinstitutet.se/om-oss/>

Codex. (2015). *Regler och riktlinjer för forskning*. Hämtad 2015-04-01 från <http://codex.vr.se/forskninghumsam.shtml>

Copi OS. (2015). *Syns du inte på nätet så finns du inte*. Hämtad 2015-05-18 från <http://www.copios.se/syns-du-inte-pa-natet-sa-finns-du-inte/>

Cullum-Dugan D, Pawlak R. (2015) Position of the academy of nutrition and dietetics: vegetarian diets. *Journal of the Academy of Nutrition and Dietetics*, 115(5) 801-810. doi:10.1016/j.jand.2015.02.033

Ejlertson, G. (2012). *Statistik för hälsovetenskaparna*. Lund: Studentlitteratur

Enghardt Barbieri, H. (2013). *Synen på bra matvanor och kostråd – en utvärdering av Livsmedelsverkets råd* (Livsmedelsverkets rapport 22-2013). Uppsala: Livsmedelsverket.

Facebook. (2015). Hämtad 2015-05-18 från
https://www.facebook.com/facebook/info?tab=page_info

Folkhälsomyndigheten. (2014) *Folkhälsa i Sverige*. Östersund: Folkhälsomyndigheten.

Frassetto, L., Schloetter, M., Mietus-Synder, M., Morris Jr, R., Sebastian, A. (2009) Metabolic and physiologic improvements from consuming a paleolithic, hunter-gatherer type diet. *European Journal of Clinical Nutrition* (2009) 63, 947–955; doi:10.1038/ejcn.2009.4;

Goldberg, J., & Sliwa, S. (2011). Communicating actionable nutrition messages: challenges and opportunities. *Proceedings of the Nutrition Society*, 70, pp 26-37.
doi:10.1017/S0029665110004714.

Harding A, Wareham J N, Bingham A S, Luben R, Welch A, Forouhi G N. Plasma vitamin C level, fruit and vegetable consumption, and the risk of new-onset type 2 diabetes mellitus. *Arch Intern Med*. 2008;168(14):1493-9.

He F J, Nowson C A, Lucas M, MacGregor G A. Increased consumption of fruit and vegetables is related to a reduced risk of coronary heart disease: meta-analysis of cohort studies. *J Hum Hypertens*. 2007;21:717-28.

Jacobs, DR jr., Meyer, HE., Solvoll, K. (2004) Consumption of whole grain foods and chronic disease. *Tidsskrift for Den norske Legeforening*.

Johansson, I., Nilsson, L. M., Stegmayr, B., Boman, K., Hallmans, G., & Winkvist, A. (2012). Associations among 25-year trends in diet, cholesterol and BMI from 140,000 observations in men and women in Northern Sweden. *Nutrition Journal*, 11, 40. doi:10.1186/1475-2891-11-40

Kostdoktorn. (2008). *Sverige kostexperter rankade*. Hämtad 2015-05-15 från
<http://www.kostdoktorn.se/sveriges-kostexperter-rankade>

Kostdoktorn. (2008). *Nyheter eller Becel-reklam?* Hämtad 2015-05-19 från
<http://www.kostdoktorn.se/nyheter-eller-becel-reklam>

Kostdoktorn. (2015). *LCHF för nybörjare*. Hämtad 2015-04-03 från
<http://www.kostdoktorn.se/lchf#teori>

Leosdottir M, Nilsson PM, Nilsson JÅ, Berglund G. Dietary fat intake and early mortality patterns – data from the Malmö Diet and Cancer Study. *J Intern Med*. 2005;258:153-65

Livsmedelsverket. (2010-11). *Vad äter svenskarna? Livsmedels- och näringsintag bland vuxna i Sverige*. Uppsala: Livsmedelsverket.

Livsmedelsverket. (2013). *Från nutritionsforskning till kostråd - så arbetar Livsmedelsverket*. Uppsala: Livsmedelsverket.

Livsmedelsverket. (2015). *Matvanor, hälsa & miljö*. Hämtad 2015-05-18 från
<http://www.livsmedelsverket.se/matvanor-halsa--miljo/kostrad-och-matvanor/naringsrekommendationer/>

Livsmedelsverket. (2015). *Matvanor, hälsa och miljö*. Hämtad 2015-04-01 från <http://www.livsmedelsverket.se/matvanor-halsa--miljo/kostrad-och-matvanor/>

Livsmedelsverket. (2015). *Akrylamid*. Hämtad 2015-05-22 från <http://www.livsmedelsverket.se/livsmedel-och-innehall/oonskade-amnen/akrylamid/>

Livsmedelsverket. (2015). *Matvanor, hälsa & miljö*. Hämtad 2015-04-01 från <http://www.livsmedelsverket.se/matvanor-halsa--miljo/kostrad-och-matvanor/naringsrekommendationer/>

Livsmedelsverket. (2015). *Matvanor, hälsa & miljö*. Hämtad 2015-04-01 från <http://www.livsmedelsverket.se/matvanor-halsa--miljo/kostrad-och-matvanor/>

Livsmedelsverket. (2015). *Matvanor, hälsa & miljö*. Hämtad 2015-05-13 från http://www.livsmedelsverket.se/matvanor-halsa--miljo/kostrad-och-matvanor/vuxna/Fullkorn_rad/

Livsmedelsverket. (2015). *Matvanor, hälsa & miljö*. Hämtad 2015-05-13 från <http://www.livsmedelsverket.se/matvanor-halsa--miljo/kostrad-och-matvanor/vuxna/matfetter---rad/>

Livsmedelsverket. (2015). *Matvanor, hälsa & miljö*. Hämtad 2015-05-18 från <http://www.livsmedelsverket.se/matvanor-halsa--miljo/kostrad-och-matvanor/tallriksmodellen/>

Livsmedelsverket. (2015). *Livsmedel och innehåll*. Hämtad 2015-04-16 från <http://www.livsmedelsverket.se/livsmedel-och-innehall/naringsamne/fibrer/>

Livsmedelsverket. (2015). *Om oss*. Hämtad 2015-05-28 från <http://www.livsmedelsverket.se/om-oss/>

Livsmedelsverket. (2015). *Livsmedel & innehåll*. Hämtad 2015-05-13 från <http://www.livsmedelsverket.se/livsmedel-och-innehall/text-pa-forpackning-markning/nyckelhalet/>

MacGill M. (2015). Does an apple a day really keep the doctor away? *Medical News Today*, 75. Hämtad 2015-05-05 från <http://www.medicalnewstoday.com/articles/291683.php>

Mohan J. Dutta-Bergman. (2004) Primary Sources of Health Information: Comparisons in the Domain of Health Attitudes, Health Cognitions, and Health Behaviors, *Health Communication*, 16:3, 273-288, doi: 10.1207/S15327027HC1603_1

Månström, P. (2014, 28 Oktober). Trenddieter kan orsaka näringsbrist. *Svenska dagbladet*. Hämtad 2015-04-20 från http://www.svd.se/traning-och-halsa/trenddieter-kan-orsaka-naringsbrist_4061343.svd

Olddotter Arnmar, A (2014, 26 November). *Svt nyheter*. Hämtad 2015-04-01 från <http://www.svt.se/nyheter/inrikes/nya-kostrad-minska-pa-kottet-och-at-miljovanligt>

Pavia M, Pileggi C, Nobile C GA, Angelillo I F. A. Association between fruit and vegetable consumption and oral cancer: a meta-analysis of observational studies. *Am J Clin Nutr.* 2006;83:1126-34

Riksdagen. (2009). *Dokument & lagar*. Hämtad 2015-05-13 från http://www.riksdagen.se/sv/Dokument-Lagar/Lagar/Svenskforfattningssamling/Forordning-20091426-med-ins_sfs-2009-1426/

Sandberg, H. (2005). Medier som arena för hälsokommunikation. *Nordicom Information*, 27, (2), 27–36.

Shen, J., Wilmot, K., Ghasemzadeh, N., Molloy, D., Burkman, G., Mekonnen, G., Gongora, C., Quyyumi, A., Sperling, L. (2015). Mediterranean Dietary Patterns and Cardiovascular Health. *Annual Review of Nutrition*.

Snaprud, P (2007). Fem år efter chipslarmet: Mindre akrylamid i maten. *Forskning & Framsteg* (3) Hämtad 2015-04-21 från <http://fof.se/tidning/2007/3/fem-ar-efter-chipslarmet-mindre-akrylamid-i-maten>

Stjernström, F. (2013, 6 Nov). Sverige blir allt tyngre. *Metro*. Hämtad 2015-05-14 från <http://www.metro.se/nyheter/sverige-blir-tyngre/EVHmke!hDA3SikIR0hMM/>

WCRF/AICR. (2010). *Colorectal Cancer Report 2010 Summary*. Washington DC: AICR; 2011. World Cancer Research Fund/American Institute for Cancer Research.

Youtube. (2015). Hämtad 2015-05-18 från <https://www.youtube.com/yt/about/>

Åkesson, A., Andersen, L. F., Kristjánsdóttir, Á. G., Roos, E., Trolle, E., Voutilainen, E., & Wirfält, E. (2013). Health effects associated with foods characteristic of the Nordic diet: a systematic literature review. *Food & Nutrition Research*, 57, 10.3402/fnr.v57i0.22790. doi:10.3402/fnr.v57i0.22790

Øverby, N. C., Sonestedt, E., Laaksonen, D. E., & Birgisdóttir, B. E. (2013). Dietary fiber and the glycemic index: a background paper for the Nordic Nutrition Recommendations 2012. *Food & Nutrition Research*, 57, 10.3402/fnr.v57i0.20709. doi:10.3402/fnr.v57i0.20709

Bilaga 1: Mail 1

Din fråga:

Hej!

Vi är två studenter från institutionen för kostvetenskap på Uppsala Universitet. Vi skriver vår C-uppsats kring om folk som intresserar sig för kost och hälsa känner till Livsmedelsverkets kostråd till allmänheten. Vi har letat på er hemsida men hittat något kring hur ni gör för att nå ut till befolkningen med dessa råd? Till exempel vilka medier ni använder er av, några speciella kampanjer etc.

Tack på förhand!

/ Matilda Karlsson & Cecilia Ragnarsson

Hej!

Livsmedelsverkets viktigaste kanal är vår hemsida. Där vi har många besökare varje dag speciellt när det gäller kostråd. Upplysningen är vår telefonservice som är öppen varje dag på fm och vi har en blogg som heter Måltidsbloggen

Då vi särskilt vill lyfta någon viktig fråga går vi ut med pressmeddelanden och någon enstaka gång har vi också pressträff.

Viktiga kanaler är också våra vidareinformatörer d v s skolan, vården och kommunerna som vi arbetar aktivt mot.

Vi har nyligen publicerat en rapport om hur konsumenter förstår märkning där ni kan hitta lite information (<http://www.livsmedelsverket.se/globalassets/rapporter/2015/anmarkningsvart---konsumenters-forstaelse-av-livsmedelsinformation-nr-2-2015-livsmedelsverket>)

Om ni har några specifika frågor så återkom gärna!

Hälsningar
Ulla Edberg

Bilaga 2: Enkät

Hej alla!

Jag och Matilda Karlsson skriver just nu C-uppsats om matvanor och Livsmedelsverket bland hälsointresserade. Vi vore därför tacksamma ifall ni vill svara på vår enkätundersökning som tar cirka 5 minuter att utföra. Uppsatsen kommer endast publiceras i forskningssyfte.

(Farid Ahmadi har godkänt denna post)

Tack på förhand!

<http://goo.gl/forms/oBtgbST0zP>

Undersökning om dina matvanor

Vi är två studenter som heter Cecilia Ragnarsson och Matilda Karlsson. Som en del av C-uppsatsen på institutionen för kostvetenskap, Uppsala universitet skickar vi ut denna enkät. Denna enkät är helt anonym och det är frivilligt att medverka. Du kan när som helst välja att hoppa av undersökningen och insamlingsmaterialet från dig kommer att strykas.

Läs igenom frågorna noggrant. Ditt svar är viktigt och vi är tacksamma för din medverkan!

Institutionen för kostvetenskap

Uppsala universitet

018-4712310

***Obligatorisk**

- **1. Födelseår ***
 - Ange med fyra siffror nedan.

- **2. Kön? ***
 - Kvinna
 - Man
 - Annat

- **3. Känner du till att Livsmedelsverket ger ut kostråd? ***
 - Ja
 - Nej

- **4. Känner du till innehållet i Livsmedelsverkets kostråd? ***

- Kryssa i ett svar nedan.
 - Ja
 - Nej (hoppa till fråga 8)
 - Delvis

- 5. Fem av dessa tio kostråd stämmer överens med Livsmedelverkets, vilka tror du det är?
- Kryssa i FEM svar nedan.
 - Ät mycket kött, gärna 300 gram om dagen.
 - Välj gärna nyckelhålmärkta livsmedel.
 - Ät fisk ofta, gärna två-tre gånger i veckan.
 - Ät gärna frukt, men inte för mycket då det ökar sötsuget.
 - Välj i första hand animaliskt fett i matlagningen.
 - Undvik stärkelserika livsmedel, såsom bröd, pasta, ris och potatis.
 - Ät mycket frukt och grönt, gärna 500 gram om dagen. Det motsvarar till exempel tre frukter och två rejäla portioner grönsaker.
 - Välj i första hand fullkorn när du äter bröd, flingor, gryn, pasta och ris.
 - Välj i första hand fullfeta livsmedel framför lågfettsprodukter.
 - Använd gärna flytande margarin eller olja i matlagningen.

- 6. Vad anser du om Livsmedelsverkets kostråd?
- Kryssa i ett eller fler alternativ nedan eller skriv en kommentar vid övrigt.
 - Moderna
 - Omoderna
 - Lätta att följa
 - Svåra att följa
 - Hälsosamma
 - Ohälsosamma
 - Viktiga
 - Oviktiga
 - Övrigt:

- 7. Följer du Livsmedelsverkets kostråd?
- Kryssa i ett svar nedan.
 - Ja
 - Nej
 - Delvis

- 8. Vilken kosthållning stämmer bäst in på hur du äter? *
- Kryssa i ett eller fler alternativ nedan eller skriv en kommentar vid övrigt.
 - Viktväktarna
 - Paleo

- LCHF
- 5:2
- GI
- Vegetarian
- Vegan
- Tallriksmodellen
- Räkna kalorier
- Följer ingen speciell diet
- Övrigt:

• **9. Varför äter du som du gör? ***

- Kryssa i ett eller fler alternativ nedan eller skriv en kommentar vid övrigt.

- Jag vill äta god mat
- Jag vill gå ner i vikt
- Jag vill gå upp i vikt
- Ja vill bygga muskler
- Jag vill se bra ut
- Jag vill hålla mig frisk
- Etiska aspekter
- Ekonomiska aspekter
- Övrigt:

• **10. Idag är media fyllt av information om hälsa och kostråd. Hur känner du inför detta? ***

- Kryssa i ett eller fler alternativ nedan eller skriv en kommentar vid övrigt.

- Stressande
- Roligt
- Förvirrande
- Inspirerande
- Irriterande
- Spännande
- Jag bryr mig inte
- Övrigt:

• **11. Var hämtar du främst din information om hälsa och kost? ***

- Kryssa i TRE alternativ och/eller skriv en kommentar vid övrigt.

- Bloggar
- Instagram
- Familjemedlem/vän
- TV
- Livsmedelsverket
- Skola/jobb
- Tidningar
- Böcker
- Vetenskapliga artiklar

- Youtube
- Facebook
- Övrigt:

- **12. Känner du till nyckelhålsmärkningen? ***
- Kryssa i ett svar nedan.
 - Ja
 - Nej

- **13. Tittar du efter nyckelhålsmärket när du handlar dina livsmedel? ***
- Kryssa i ett svar nedan.
 - Ja
 - Nej
 - Delvis

- **14. Har du besökt Livsmedelsverkets hemsida? ***
- Kryssa i ett svar nedan.
 - Ja
 - Nej (hoppa över sista frågan)
 - Visste inte om att de har en hemsida.

- **15. Om du har besökt Livsmedelsverkets hemsida, i vilket syfte gjorde du det?**
- Skriv ditt svar nedan.

- **Tack för din medverkan!**

Bilaga 3: Mail 2

Hej!

Tack för svaret på vårt förra mail! Nu undrar vi kring Livsmedelsverkets historia. Vi har letat på er hemsida men hittar ingen kring hur länge ni har funnits, vad ni arbetar mot och hur ert samarbete med andra nordiska länder ser ut kring kostråden. Helt enkelt, om historik. Ni får gärna komma med tips på hur man bäst orienterar sig på hemsidan, för den är ganska svår att förstå sig på!

Mvh Matilda och Cecilia

Hej!

Tack för synpunkten om webbplatsen. Synd att ni inte tycker att ni kan orientera er på sidan men om ni sökte på historik kring Livsmedelsverket så finns det ingen information om just det. Det beror på att den sällan efterfrågas av dem vi vänder oss till.

Webbplatsen är uppbyggd kring fyra huvudrubriker där tanken är att ni ska kunna förstå vilken ni bör gå in under. Gäller det kostråd visar våra tester att nästan alla valde Matvanor, hälsa och miljö. Om du är livsmedelsföretagare är tanken att ni väljer Produktion, handel och kontroll. För att inte utelämna besökarna till att navigera i strukturen så har vi ett A- Ö och en sökfunktion med kategorisering. Hoppas att detta ska hjälpa er i ert fortsatta arbete.

Vad gäller samarbete just kring kostråden och era andra frågor måste jag hänvisa till vår Upplysningstjänst.

Här tar vi emot synpunkter på själva sidan men besvarar inte enskilda frågor.

<http://www.livsmedelsverket.se/om-oss/kontakt/upplysningen/>

Vänliga hälsningar,

Karin Gustafsson

Bilaga 4: Arbetsfördelning

Planering av studien och uppsatsarbetet: 50/50

Litteratursökning: 50/50

Datainsamling: 50/50

Analys: 50/50

Skrivandet av uppsatsen: 50/50