

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

Teja Leskovšek

**ZAKAJ JIH POTREBUJEMO?
ODNOS POTROŠNIKA DO INFORMACIJ O HRANILNI VREDNOSTI NA ŽIVILIH**

Diplomsko delo

Ljubljana 2007

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Teja Leskovšek

Mentorica: doc. dr. Blanka Tivadar

ZAKAJ JIH POTREBUJEMO?
ODNOS POTROŠNIKA DO INFORMACIJ O HRANILNI VREDNOSTI NA ŽIVILIH

Diplomsko delo

Ljubljana 2007

ZAKAJ JIH POTREBUJEMO? ODNOS POTROŠNIKA DO INFORMACIJ O HRANILNI VREDNOSTI NA ŽIVILIH

V diplomskem delu se ukvarjam z odnosom potrošnika do informacij o hranilni vrednosti na živilih. Danes potrošniki vedno več pozornosti namenjajo zdravstvenim in nutrnim vidikom hrane, hkrati s tem pa se krepi zahteva po boljših in vsestranskih informacijah o sestavinah, prehranski sestavi in zagotovitih o varnosti živil, ki so na trgovskih policah. Kljub velikemu zanimanju potrošnikov za prehranske informacije številne raziskave ugotavljajo razkorak med deklarativno naklonjenostjo informacijam in dejansko uporabo. Do podobnih izsledkov sem prišla tudi v kvalitativni raziskavi, ki sem jo opravila s pomočjo fokusnih skupin. Ugotovila sem, da je preverjanje informacij povezano izključno s specifičnimi situacijami, kot npr. z nadzorom telesne teže, z zdravstvenimi težavami, s specifičnimi prehranjevalnimi režimi itd. Na osnovi tega sklepam, da so prehranske informacije še vedno daleč od vsakdanjih prehranjevalnih praks in da v veliki meri ne služijo pripravi bolj kakovostnih in hranilnih obrokov. Ne samo, da potrošniki ne preverjajo informacij, prav tako jih ne razumejo in jih ne znajo uporabljati. Žal nove zahteve iz pravilnika o označevanju hranilne vrednosti živil ne predvidevajo obveznega označevanja informacij. Sporno pri tem je, da država skrb in odgovornost za zdravje prebivalstva prelaga na pleča potrošnikov, hkrati pa jim ne zagotavlja pogojev za premišljene prehranske in nakupovalne odločitve.

Ključne besede: hranilne snovi, prehranske trditve, zdravje, prehranske navade.

WHY DO WE NEED THEM? CONSUMER'S RELATION TO THE NUTRITION INFORMATION ON FOOD PRODUCTS

In the thesis I deal with consumer's relation to the nutrition information on food products. Consumers nowadays devote more and more attention to health and nutritious food facts and this is how a demand for better and more universal information about ingredients, nutrition components and food safety assurance on the shelves is strengthening. Despite great interest in nutrition information among the consumers several surveys have shown a discrepancy between declarative inclination to the information and the actual use. My qualitative survey on focus groups has indicated similar findings. I have found out that checking information is connected exclusively with specific situations, for example, when keeping one's weight, with health problems, special eating habits etc. Taking these findings into account I assume that nutrition information is still far from becoming a part of common eating habits and in general does not help in preparing quality and healthy rations. Not only that consumers do not check the information, they also do not understand it and do not know how to make use of it. Unfortunately, new regulations about indicating nutrition information do not consider obligatory information labelling. The fact that the state puts all concern and responsibility for the health of the nation on the consumers is questionable, especially since it does not assure the conditions for well-considered nutrition and buying decisions.

Key words: nutrients, nutrition claims, health, eating habits.

KAZALO

1.	UVOD	6
2.	MEDICINSKA DOKTRINA ZDRAVEGA PREHRANJEVANJA.....	9
3.	PREGLED RAZISKOVALNIH UGOTOVITEV O INFORMACIJAH O HRANILNI VREDNOSTI ŽIVILA.....	11
3.1	INFORMIRANOST POTROŠNIKOV O HRANILNI VREDNOSTI ŽIVILA.....	11
3.2	VIRI INFORMACIJ O HRANILNI VREDNOSTI ŽIVILA.....	14
3.2.1	PREHRANSKE TRDITVE.....	14
3.3	DEJAVNIKI VPLIVA NA PREVERJANJE PREHRANSKIH INFORMACIJ.....	17
3.4	NAKUPOVALNE ODLOČITVE POTROŠNIKOV.....	20
3.5	VPLIV PREHRANJEVALNIH NAVAD POTROŠNIKOV NA PREVERJANJE PREHRANSKIH INFORMACIJ.....	22
3.6	KATERIM HRANILNIM SNOVEM POTROŠNIKI NAMENJAJO NAJVEČ POZORNOSTI.....	26
3.7	OZNAČEVANJE INFORMACIJ O HRANILNI VREDNOSTI NA OVOJNINI ŽIVILA.....	29
3.8	IZOBRAŽEVANJE POTROŠNIKOV O PREHRANSKIH INFORMACIJAH.....	33
4.	EMPIRIČNI DEL.....	37
5.	DEMOGRAFSKE ZNAČILNOSTI UDELEŽENCEV RAZISKAVE.....	41
6.	IZSLEDKI.....	42
6.1	POTROŠNIKOVE PREHRANJEVALNE NAVADE.....	42
6.2	ODLOČITEV ZA NAKUP VSAKODNEVNIH IN NOVIH ŽIVIL.....	46
6.3	UPORABA/NEUPORABA INFORMACIJ O HRANILNI VREDNOSTI ŽIVILA ..	49
6.4	VIR INFORMACIJ.....	52

6.5	PREHRANSKE TRDITVE.....	53
6.6	INFORMACIJE O HRANILINI VREDNOSTI ŽIVILA	56
6.7	PREDLOGI ZA IZBOLJŠAVO INFORMACIJ.....	59
6.8	PREVENTIVNE KAMPANJE	60
7.	SKLEP	62
8.	REFERENČNA LITERATURA.....	67
9.	PRILOGA	71

1. UVOD

O temah, kot so zdravje, zdrava prehrana in zdrav način življenja, se še nikoli prej ni toliko javno razpravljalo kot danes. Napotki medicinskih strokovnjakov nalagajo ljudem vedno večjo odgovornost za lastno zdravje in jih poskušajo ozavestiti, kako čim dlje ohraniti zdravje. Velik del priporočil za zdravo življenje predstavljajo nasveti za prehrano, kar kaže na to, da je prehrana postala pomemben dejavnik zdravja in s tem tudi kakovosti življenja. Če je bila nekoč glavna skrb nutricionistov in medicinskih strokovnjakov pomanjkanje ene ali več hranilnih snovi v prehrani prebivalstva, je danes ravno nasprotno. Različne raziskave o načinu prehranjevanja v Sloveniji kažejo, da prehrana slovenskega prebivalstva ni v skladu s sedaj veljavno doktrino zdravega prehranjevanja. V Resoluciji o nacionalnem programu prehranske politike 2005–2010¹ je prehransko stanje slovenskega prebivalstva predstavljeno skoraj katastrofično: število dnevniških obrokov in ritem prehranjevanja povprečnega prebivalstva nista ustrezna, saj le redki zajtrkujejo oziroma uživajo pet manjših obrokov na dan. Zaužijemo premalo sestavljenih ogljikovih hidratov, ki so v žitaricah, stročnicah in zelenjavi, in preveč enostavnih ogljikovih hidratov (različne vrste sladkorja). Resolucija pravi, da je v prehrani povprečnega Slovenca preveč različnih vrst maščob, ki dajejo kar 40 % potrebne energije (10 % preveč), pa tudi nasičenih maščobnih kislin, ki pomembno vplivajo na bolezni srca in ožilja in razvoj raka na debelem črevesju. Pojemo kar 30 % preveč beljakovin, predvsem v obliki mesa in mesnih izdelkov, a premalo rib. Avtorji resolucije ugotavljajo tudi, da je v naši prehrani enkrat preveč soli. Zaužijemo premalo sadja, zelenjave in vlaknin, ki so pomembni prehranski varovalni dejavniki pred kroničnimi nenalezljivimi boleznimi. Posledica tega je, da vnesemo v telo preveč energije (v telo vnesemo več kalorij, kot jih porabimo), zato smo vedno težji; kar 15 % Slovencev je debelih, 50 % pa jih ima prekomerno telesno težo. Ker zaužijemo premalo zelenjave, žitaric in mleka, je v naši prehrani premalo kalcija, vitamina C in folne kisline. Po podatkih nacionalne raziskave »Z zdravjem povezan življenjski slog« se v Sloveniji zdravo in pretežno zdravo prehranjuje samo 22,9 % prebivalstva (v ReNPPP 2005: 6). Različna obolenja, ki jih medicina pripisuje neustrezni prehrani, so v Sloveniji vse bolj razširjena. Medicina trdi, da nezdravo prehranjevanje v veliki meri prispeva k nastanku, napredovanju in pojavljanju zapletov najpomembnejših kroničnih nenalezljivih bolezni: bolezni srca in ožilja, sladkorne bolezni, nekaterih vrst raka, debelosti itd. Od sedmih ključnih dejavnikov tveganja za kronične nenalezljive bolezni (zvišan krvni tlak, zvišan holesterol v

¹ Resolucija o nacionalnem programu prehranske politike 2005–2010 (ReNPPP), Uradni list RS, št. 39/2005.

krvi, zvišan indeks telesne mase, znižan vnos zelenjave in sadja, telesna nedejavnost, alkohol, kajenje) je pet tesno povezanih s prehrano.

Na drugi strani pa strokovnjaki opažajo vedno večje zanimanje ljudi za kakovostno in zdravo prehranjevanje, ki je privedlo v zadnjih 20-ih letih do dramatičnih sprememb na področju prehranjevalnih navad. Številni avtorji s svojimi statistikami potrjujejo trend upadanja potrošnje nezdrave hrane in povečanje potrošnje bolj zdrave in manj kalorične hrane. Lupton (1996: 74) meni, da so spremembe odsev naraščajoče ozaveščenosti potrošnikov o zdravstvenih vidikih prehranjevalnih navad, ki jih spodbudi, da ponovno ocenijo svoje prehranjevalne navade in življenjski slog. Informiranost potrošnikov o zdravstvenih tveganjih prehranjevanja oziroma spoznanje, da lahko z ustrezno prehrano zmanjšajo tveganje za kronična nenalezljiva obolenja in celo izboljšajo svoje zdravje, spreminja njihove prehranjevalne navade.

Poudarjeno skrb za telo in zdravje na ravni posameznika je treba razumeti v kontekstu erozije tradicionalnih modernih struktur, kot so družina, izobraževanje, delo, sistemi socialnega zavarovanja in zdravstva ipd., zaradi česar postaja prihodnost nejasna in nedoločena. Brez teh opor »so posamezniki prisiljeni razvijati individualizirane poti za doseganje svojih ambicij in življenjskih projektov« (Rener 1996: 125). Oblikovanje življenjskega stila pomeni v družbi, za katero je značilno povečano število življenjskih alternativ oziroma širok spekter možnosti in izbir, pomemben del konstituiranja posameznikove identitete in njegovih vsakdanjih aktivnosti (Giddens v Debevec in Tivadar 2006: 10). Giddens pravi, da je telo postalo »del reflektivnega projekta samoidentitete« (v Debevec in Tivadar 2006: 10). Zato lahko posameznikov nadzor nad telesom razumemo kot odgovor na vse bolj kompleksna družbena dogajanja, zaznamovana z globalnimi tveganji, z erozijo modernih institucij ter s procesom individualizacije (Debevec in Tivadar 2006: 10).

Ljudje torej vedno več pozornosti namenjajo zdravstvenim in nutrirskim vidikom hrane, hkrati s tem pa se krepí zahteva potrošnikov po boljših in vsestranskih informacijah o sestavinah, prehranski sestavi in zagotovilih o varnosti živil, ki so na trgovskih policah. Informacije o hranilni vrednosti živila in prehranske trditve, ki so navedene na embalaži živila, potrošnika informirajo o značilnostih živila in mu omogočajo, da svoje nakupovalne navade, s tem pa tudi način prehranjevanja, prilagaja usmeritvam zdrave in varne prehrane. V današnjem času postaja ta oblika informacij za potrošnika vedno bolj pomembna, saj se na

trgu hrane izgublja neposredni stik med potrošnikom in prodajalcem. Hkrati pa so številne raziskave, ki so se ukvarjale s področjem uporabe informacij o hranilni vrednosti živila, ugotovile, da so informacije v sedanji obliki za potrošnika težko razumljive.

Ker postajajo te informacije za potrošnika vedno bolj pomembne pri njegovih nakupovalnih in prehranjevalnih odločitvah, bom skušala v diplomski nalogi raziskati vpliv socialno–demografskih značilnosti na preverjanje prehranskih informacij na embalaži živila, kako in v kakšnem obsegu potrošniki uporabljajo te informacije, ter opisati in opozoriti na težave, s katerimi se potrošniki pri njihovi uporabi vsak dan srečujejo. Usmerila se bom na vprašanje, ali znanje o hranilni sestavi živila in ozaveščenost o povezanosti med prehrano in zdravjem vplivata na iskanje informacij. Poskušala bom pojasniti razloge za razkorak med deklarativno naklonjenostjo informacijam in njihovo dejansko uporabo. V svoji diplomski nalogi bom v prvem delu predstavila dosedanje raziskave in prispevke na tem razmeroma novem področju, v drugem, empiričnem delu, pa rezultate kvalitativne raziskave, ki sem jo opravila v mesecu februarju leta 2007.

2. MEDICINSKA DOKTRINA ZDRAVEGA PREHRANJEVANJA

Povezanost med prehranjevanjem in zdravjem je neizbežno dejstvo današnje družbe (Beardsworth in Keil 1997). Na znanstvenih dognanjih temelječa priporočila o tem, kakšna naj bi bila priporočena količina in vrsta hrane z namenom preprečevanja obolenj in stanj, ki jih lahko po mnenju medicine povzroči nezdravo prehranjevanje, omejuje posameznika pri njegovih prehranskih izbirah. Pri tem pa dominantni nutricionistični diskurz o prehrani zanemarja socialne in simbolne vidike, povezane s prehrano. Gre za pristop, ki poudarja zgolj racionalno medicinsko dimenzijo prehranjevanja, da lahko izboljšamo zdravje z ustrežno prehrano oziroma z vnosom določenih hranilnih snovi in se posledično izognemo določenim obolenjem oziroma gre za »utopično predstavo o popolni človekovi prehrani, ki naj bi ga privedla do popolnega zdravja« (Lupton v Aleksić 2001: 309). Ta tesna povezanost prehranjevanja z zdravjem je bila razvidna že v predmodernih časih, vendar je vse razsežnosti pridobila v moderni dobi. Individualistični model razumevanja odnosa med prehrano in zdravjem, ki ga je prakticirala le peščica privilegiranih posameznikov, se je počasi začel umikati splošnim smernicam prehranjevanja, ki so postale brezpogojne za vse prebivalstvo. Nutricionistična znanost se je razvila v Veliki Britaniji sredi 19. stoletja, ko je država vedno bolj prevzemala nadzor nad prehranjevalnim standardom revnih množic. Gibanja za boljše javno zdravje so bila v veliki meri posledica uvida v družbene vzroke številnih bolezni, npr. slabe življenjske razmere delavskega razreda, ki je živel v revnih delavskih predelih v hitro rastočih mestih. Bila so odziv na vedno bolj pereče zdravstvene probleme prebivalstva, ki so jih obravnavali kot posledico življenjskih razmer in neustrezne prehrane, kar je posledično vodilo v številne socialne nemire. To je bil ključni povod, da se je država začela intenzivneje vključevati v reševanje teh problemov. Lupton (1996: 72) meni, da je prehrana prebivalstva postala stvar regulacije države takrat, ko se je pričelo na človeško telo gledati z vidika »delovnega stroja«, ki je izrednega pomena za ekonomske in vojaške interese države. Nekaj let kasneje se je v ZDA razvilo gibanje »new nutrition«, ki je prav tako poudarjalo zdravstvene učinke ustreznega prehranjevanja, ki je temeljilo na priporočilih, da je treba izbirati hrano glede na njeno hranilno kakovost, in ne na podlagi drugih lastnosti živila, kot je npr. videz ali okus. Zgodovina nutricionistične znanosti je torej prikaz njenega stremljenja »k racionalizaciji, nadzorovanju in regulaciji prehranjevanja množic, ki je podprta z »znanstvenimi« trditvami« (Lupton 1996: 72). Skozi diskurz nutricionistov in medicinskih

strokovnjakov so bila načela racionalne preračunljivosti prenesena na področje prehranjevanja, kar je privedlo do racionalizacije le-tega (Beardsworth in Keil 1997: 130).

Sporočilo je preprosto: zdrava prehrana je enakovredna zdravemu telesu, in s tem je posameznik odgovoren, da zagotovi, da ostane njegovo telo zdravo (Lupton 1996: 75). Zdravje se je začelo vedno bolj pojmovati kot fenomen, ki je odvisen od posameznikove skrbi in načina vedenja, bolezen pa kot nekaj, čemur se lahko izognemo in za kar je v veliki meri odgovoren človek sam. To je v veliki meri prispevalo k individualizaciji odgovornosti za zdravje. Z nutricionistično znanostjo postaja nadzor nad prehranskimi izbirami definiran izključno v kontekstu zdravstvenih težav in nadzora telesne teže (Lupton 1996: 68). Predpisi o dietah postanejo predpisi o zdravstvenem vedenju. Prehrana postane moralna kategorija, ki postavlja v ospredje posameznikovo sposobnost samodiscipline, samoobvladovanja in samonadzora. Na drugi strani pa posameznika, ki ne upošteva svaril medicinskih strokovnjakov in nutricionistov, družba obravnava kot osebo, ki ni sposobna vzpostaviti discipline nad telesom in svojimi življenjskimi navadami (Lupton 1996: 72–74).

Medicina danes ni edina, ki izvaja kontrolo nad zdravjem in boleznijo, temveč stoji za tem tudi medijska konstrukcija zdravja. Zdravje je postalo pomembna potrošniška dobrina, ki je posledica splošne usmeritve potrošniške družbe k telesu in telesnim potrebam. Mirjana Ule (2003: 49–50) meni, da imajo mediji pomembno vlogo pri promociji dominantnih družbenih norm zdravja, ki posameznike nenehno opozarjajo na zdrav način življenja in jim hkrati ponujajo pripomočke, izdelke in storitve za izpolnjevanje družbenih pričakovanj o njihovem zdravem življenju. Potrošniška družba je po njenem mnenju tista, kjer morajo ljudje nenehno paziti na svoje zdravje, še zlasti v starosti. Številni časopisi, revije, televizijske oddaje v ospredje postavljajo teme, kot npr. skrb za zdravje, ohranjanje zdravja, zdrav način prehranjevanja, preprečevanje bolezni ipd. Z agresivnim oglaševanjem »dobrega počutja« in »mladostnega videza« še »povečujejo občutek emocionalne občutljivosti v zadevah zdravja in zunanjega videza osebe« (Ule 2003: 50). Ljudje so tako prisiljeni, da nenehno pazijo na svoj videz, telesno kondicijo, telesno težo, kar je »posledica intenzivnega komercialnega pritiska po nakupu zdravju koristnejših živil in vedno višjih pričakovanj glede zdravja« (Marks v Shine in drugi 1997: 283). Ljudje se vedno bolj ukvarjajo s samim seboj, s telesom, z zdravjem in vedno manj s stvarmi zunaj sebe.

3. PREGLED RAZISKOVALNIH UGOTOVITEV O INFORMACIJAH O HRANILNI VREDNOSTI ŽIVILA

3.1 INFORMIRANOST POTROŠNIKOV O HRANILNI VREDNOSTI ŽIVILA

Skladno z medicinsko doktrino zdravega prehranjevanja postaja vedno bolj pomembna vloga informacij o hranilni vrednosti živila na potrošnikove prehranjevalne odločitve. Raziskovalni podatki kažejo, da večina potrošnikov uporablja informacije o hranilni vrednosti na embalaži živila (Neuhouser in drugi 1999; Kim in drugi 2001; Abbott 1997; Coulson 2000). Guthrie in sodelavci (1995: 167) so na podlagi raziskave, ki so jo opravili na vzorcu 1906 oseb, ugotovili, da 71 % vseh sodelujočih uporablja te informacije. Novejše raziskave to ugotovitev potrjujejo. A potrošniki najpogosteje uporabljajo te informacije tako, da primerjajo med seboj hranilne vrednosti dveh ali več izdelkov iste vrste in se na podlagi primerjave odločijo za izbiro bolj zdravega živila. Drugi pogosto omenjeni razlogi za uporabo informacij o hranilni vrednosti živila med potrošniki so naslednji:

- želijo se seznaniti s prehransko sestavo določenega živila, preden živilo zaužijejo;
- želijo imeti kar največ koristi od hrane, ki jo zaužijejo;
- želijo izvedeti, ali živilo ustreza njihovi prehrani (nanaša se na kontekst štetja kalorij ali zmanjšanja telesne teže);
- želijo pomoč pri odločitvi za nakup novega živila (Shine in drugi 1997: 293–294; MAFF v Higginson in drugi 2002: 146).

Na podlagi kvantitativne raziskave, v katero je bilo vključenih 1050 potrošnikov, je Wandel (1997: 213) ločila tri skupine potrošnikov glede na uporabo informacij na ovojninah živila. V prvo skupino je uvrstila potrošnike, ki imajo težave pri razumevanju teh informacij, zato jih berejo le občasno ali pa sploh ne. Drugo skupino sestavljajo potrošniki, ki se osredotočijo zgolj na informacije, ki so jim razumljive. Tretjo skupino pa tvorijo posamezniki, ki vedno preverjajo prehranske informacije in pogosto pred nakupom živila preverijo vse informacije, ki so navedene na embalaži.

Kljub velikemu zanimanju potrošnikov za informacije o hranilni vrednosti živila večina nima ustreznega znanja, ki bi jim omogočilo pravilno razumevanje in presojo informacij o hranilni kakovosti živila (BEUC 2005: 16; Coronary Prevention Group v Shine in drugi 1997: 284).

Wandel (1997: 213–214) je ugotovila, da je pomanjkanje informacij in znanja vir negotovosti posameznika na trgu hrane. Podatki kažejo, da kar 79 % vseh anketirancev, ki preverja informacije na živilu, meni, da ima ob prebiranju vedno občutek pomanjkanja informacij. Samo 23 % vseh anketirancev meni, da ima vse potrebne informacije, ki jih potrebuje za pravilen izbor živila. Iz raziskave je torej razvidno, da pogostost preverjanja informacij ni premo sorazmerna z razumevanjem informacij, temveč prav nasprotno, saj imajo tudi tisti potrošniki, ki pogosto berejo informacije, težave pri njihovem razumevanju. Avtorica meni, da je to v tesni povezanosti s tem, da so takšni potrošniki bolj »lačni« informacij, hkrati pa imajo vedno občutek, da nikoli ne vedo dovolj. Eden od možnih razlogov je tudi ta, da postanejo tisti potrošniki, ki preverjajo vse informacije na živilih, zaradi nerazumevanja še bolj zbegani v primerjavi s tistimi, ki ne pokažejo tako velikega zanimanja za informacije. Ti razlagi sta medsebojno tesno povezani, še zlasti pri osebah, ki se pri branju informacij osredotočijo predvsem na aditive.

Shine in sodelavci (1997: 286–287) so v študiji, v kateri so raziskovali uporabo informacij o hranilni vrednosti živila med potrošniki, ugotovili, da potrošniki nimajo ustreznega znanja glede uravnotežene prehrane, saj 67 % vprašanih ne ve, katere so njene bistvene sestavine. Problem vidijo v tem, da potrošniki, ki nimajo zadostnega znanja glede uravnotežene prehrane, ne morejo uporabljati informacij o hranilni vrednosti živila na način, ki bi jim bile v pomoč pri zdravem prehranjevanju. Kljub zgornjim ugotovitvam podatki raziskave kažejo, da večina vprašanih z vidika samoocenjevanja svojega znanja o hranilni vrednosti živila ni dovolj kritična. Več kot polovica sodelujočih, ki bere informacije, meni, da ima zelo dobro oz. dobro znanje o hranilni vrednosti živila. Po drugi strani pa raziskovalni podatki kažejo, da je bila večina sodelujočih seznanjena o povezanosti med določeno hranilno snovjo in z njo povezano zdravstveno težavo po trenutno veljavni medicinski doktrini. Iz tega lahko sklepamo, da potrošniki nimajo samo znanja glede povezanosti med prehrano in zdravjem, temveč tudi znanje o določenih hranilnih snoveh. Vse večja ozaveščenost potrošnika o povezanosti prehrane z zdravjem povzroča, da zanimanje med potrošniki za informacije o hranilni vrednosti živila, ki bi jim služile kot pomoč pri zdravem prehranjevanju, vedno bolj narašča (Shine in drugi 1997: 293). Prav tako je razvidno, da je večina seznanjena s strokovnim medicinskim besednjakom, saj pri opisovanju živil uporabljajo naslednje izraze: ogljikovi hidrati, holesterol, beljakovine, piramida itd. (Lupton 1996: 81).

Higginson² se je s svojimi sodelavci (2002: 147–151) ukvarjal z vprašanjem, na kakšen način potrošniki sploh uporabljajo informacije o hranilni vrednosti pri izbiri zdravega živila. Ugotovili so, da potrošniki največkrat samo na hitro pregledajo informacije brez nadaljnega procesiranja in da gre pri številnih raziskavah, ki kažejo velik odstotek uporabe prehranskih informacij med potrošniki, zgolj za tovrstni način uporabe. Zato tudi prihaja do neskladij, ko številne raziskave ugotavljajo na eni strani visok delež uporabe informacij med potrošniki, na drugi pa velike probleme in neznanje pri izvedbi specifičnih nalog, ki zahtevajo uporabo teh informacij. V primeru ko potrošniki informacije intenzivneje uporabljajo, najpogosteje le primerjajo posamezne hranilne snovi pri dveh ali več izdelkih iste vrste ter se na podlagi primerjave odločijo za bolj zdravo različico živila. Drugi avtorji ugotavljajo podobno (Sadler 1999: 27; Shine in drugi 1997: 293). Nayga in sodelavci (1998: 111) so ugotovili, da okoli 52 % vseh vprašanih bere vedno ali pogosto informacije o hranilni vrednosti živila v situacijah, ko primerja med seboj istovrstno živilo različnih proizvajalcev. Podatki raziskave tudi kažejo, da potrošniki le redko uporabljajo informacije, zato da bi ovrednotili prehranski profil določenega izdelka, ki od njih zahteva evalvacijo živila, kjer je potrebno določiti ali je raven določene hranilne snovi v živilu visoka, srednja ali nizka. Pogostokrat lahko potrošniki ocenijo hranilno sestavo določenega živila le s primerjavo dveh izdelkov. Zelo redko pa potrošniki uporabljajo informacije pri preverjanju resničnosti navedene prehranske trditve na živilu. Prav zaradi zavajajočih trditev proizvajalcev je skrb zbujujoče, da potrošniki nimajo ustreznega znanja za preverjanje proizvajalčevih trditev, ki jih imajo za »zdrave«. Zato se bom temu vprašanju posvetila v poglavju o prehranskih trditvah.

² Podrobnejši opis raziskave je v poglavju »Katerim hranilnim snovem potrošniki namenjaj največ pozornosti«.

3.2 VIRI INFORMACIJ O HRANILNI VREDNOSTI ŽIVILA

Potrošniki pridobivajo informacije o hranilni vrednosti živila iz različnih virov in na različne načine. Prehranske informacije na ovojnini živila so le eden izmed številnih virov. Najpomembnejši vir informacij o hranilni vrednosti živila so za potrošnika množični mediji, sledijo družina in prijatelji, le malo pa jih poišče te informacije pri zdravniku ali strokovnjaku za zdravo prehrano (Abbott 1997: 47; Shine in drugi 1997: 288; BEUC 2005: 4). Informacije na ovojnini živila so pomemben vir informacij za tiste posameznike, ki namenjajo pozornost zdravemu prehranjevanju (Lin in drugi v Thedford 2005: 403).

Informacije o hranilnih snoveh vplivajo pozitivno na potrošnikovo ozaveščenost in vedenje, vendar pa je intenzivnost vplivov različna glede na vir informacij. Vpliv informacij, ki jih potrošniki pridobijo preko televizije, je šibkejši v primerjavi z informacijami, ki jih pridobijo iz drugih virov. Rezultati raziskave so pokazali, da so informacije iz drugih medijskih virov, kot npr. revije, bolj učinkovite pri vzpostavljanju pozitivnega odnosa do hranilnih snovi v primerjavi s televizijo (Jensen in Kesavan 1993: 370).

Bhaskaran in Hardley (2002: 599), ki sta preučevala potrošnikove ocene kredibilnosti virov informacij, sta ugotovila, da potrošniki najbolj zaupajo informacijam, ki jih dobijo od zdravnika, strokovnjaka za zdravo prehrano, družine ali od vladnih in nevladnih organizacij, ki se ukvarjajo z zdravjem in blaginjo skupnosti. Informacije, ki so posredovane od proizvajalcev, v očeh potrošnikov niso videne kot verodostojen in zaupljiv vir informacij. Raziskovalni podatki kažejo, da 80 % vseh sodelujočih meni, da je internet koristen vir informacij, vendar pa jih kar 20 % izraža zaskrbljenost glede verodostojnosti takšnih informacij. Iz literature ni razvidno, da bi potrošniki dvomili o kredibilnosti informacij, ki jih pridobijo iz popularnih medijev.

3.2.1 PREHRANSKE TRDITVE

Dodaten vir informacij za potrošnika so tudi prehranske trditve, ki so v funkciji oglaševanja in prodaje izdelka, npr. »manj kalorij«, »light«, »16 % manj maščobe« itd. Zveza potrošnikov Slovenije (v nadaljevanju ZPS) je opredelila **prehransko trditev** kot »besedilo, ki se nahaja na ovojnini, embalaži ali v oglaševalskem sporočilu in izvira iz lastnosti živila ali njegove

sestave (npr. energijska vrednost, beljakovine, maščoba ipd.)« (v Peterman 2005: 27). Skladno z veljavno zakonodajo³ mora biti v primeru, ko je na živilu prehranska trditev, na embalaži vedno označena hranilna vrednost živila. Vsaka takšna trditev mora biti resnična in ne sme zavajati ali spodbujati potrošnika, kar je določeno v Zakonu o varstvu potrošnikov⁴. Najpogosteje uporabljene prehranske trditve na živilih so naslednje: »več« (12,7 %), »dober vir« (10,6 %), »veliko« (7,3 %), »lahko« (3,0 %) (LeGault in drugi 2004: 956).

Podatki študije Evropske potrošniške organizacije BEUC (2005), ki so jo izvedli v petih evropskih državah⁵, ter raziskave, ki sta jo opravila Bhaskaran in Hardley (2002: 597–601) na podlagi skupinskih intervjujev, kažejo, da so nakupovalne in prehranjevalne odločitve potrošnikov v veliki meri vezane na prehranske trditve. Devetinpetdeset odstotkov vseh vprašanih bere prehranske trditve in več kot polovica jih meni, da vplivajo na njihove nakupovalne odločitve (BEUC 2005: 10). Čeprav je večina sodelujočih nezaupljiva do proizvajalčevih trditev, vseeno berejo trditve in so pozorni na reklamna sporočila, s pomočjo katerih ovrednotijo določen izdelek. Ena izmed sodelujočih meni:

»Čisto razumljivo je, da sežem po tistem (op. izdelku s prehransko trditvijo), četudi ne verjamem čisto temu, kar piše na embalaži, vsaj možnost je! Nimam niti dovolj časa, da bi sploh lahko preverila ali je resnična ali ne (op. prehranska trditev), lahko pa, da gre za močno stvar. Vsekakor je to prednost v primerjavi z izdelkom, ki tega nima na embalaži« (Bhaskaran in Hardley 2002: 596).

Celo potrošniki, ki ne zaupajo prehranskim trditvam, ocenijo izdelek s prehransko trditvijo višje (BEUC 2005: 11). Sedemdeset odstotkov vprašanih meni, da so trditve razumljive in kar 50 % vprašanih zaupa trditvam, še zlasti ko gre za trditve na izdelkih znanih blagovnih znamk (BEUC 2005: 10). Čeprav so potrošniki skeptični do trditev proizvajalca, večini pomenijo »odskočno desko« za nadaljnje raziskovanje. Pri tem gre za enega izmed najbolj spornih načinov predstavitve informacije o hranilni vrednosti živila. Prehranske trditve, ki so v funkciji oglaševanja in prodaje izdelka, niso zanesljivi vodnik do boljše izbire, saj največkrat poudarijo en sam, za prodajo ugoden vidik izdelka (npr. brez maščobe ali sladkorja, dodani

³ Pravilnik o označevanju hranilne vrednosti živil, Uradni list RS, št. 60/2002.

⁴ Zakon o varstvu potrošnikov, Uradni list RS, št. 98/2004.

⁵ Raziskava je bila izvedena v Nemčiji, Španiji ter na Poljskem, Madžarska in Danskem na vzorcu 3000 oseb.

vitamini, manj kalorij itd.). Gre za medijsko predstavitev informacij, ki poudarja zgolj pozitivne, medtem ko so negativne lastnosti živila zamolčane (Shine in drugi 1997: 284).

Prehranske trditve je lahko prepoznati. Nahajajo se na vidnem mestu, sestavljene so iz pojmov, ki postajajo skozi nenehno oglaševanje vedno bolj domače potrošniku, kar ustvarja zavajajoči občutek razumevanja pomena teh informacij. Problem je v tem, da večina vprašanih, ki zaupa tem trditvam, nima ustreznega znanja glede nutrinskih konceptov in terminologije, kar jim onemogoča ustrezno razumevanje teh trditev. »Potrošniki, ki se odločijo za nakup živila na podlagi prehranske trditve, ki poudarja zgolj eno lastnost izdelka, se torej odločajo za nakup na podlagi nepopolnih informacij oz. nepopolnega razumevanja pomena informacij, ki so na voljo« (Zveza potrošnikov Slovenije 2005).

ZPS (v Peterman 2005: 27–30) je izvedla raziskavo v okviru projekta »Za varovanje in krepitev zdravja«, ki je pokazala, da proizvajalci in trgovci s trditvami na embalaži in z oglaševanjem sicer »stavijo na naše zdravje«, vendar zelo površno. Poleg opazne oznake, da gre za »zdravju prijazen izdelek«, potrebujejo potrošniki še argumentirane in utemeljene trditve, zakaj je posamezen izdelek v resnici koristen za naše zdravje, ter natančno in razumljivo označevanje. Izkazalo se je, da živilska podjetja celo kršijo zakonodajo, saj kar 35 % prepakiranih živil, ki jih je ZPS pregledala, ni bilo označenih na predpisan način. Kljub znanju in razumevanju se potrošniki velikokrat odločijo za nakup hrane in živil prav na podlagi zavajajočih in parcialnih trditev o lastnostih živila, zato ZPS (2005) predlaga naslednje ustrezne ukrepe na tem področju:

- Trditve na živilih ne smejo biti dvoumne ali nejasne.
- Trditve ne smejo zavajati.
- Trditve ne smejo sporočati potrošniku, da lahko posamezno živilo nadomesti uravnoteženo prehranjevanje.
- Trditve morajo temeljiti na znanstveno preverjenih dejstvih.
- Trditve ne smejo spodbujati slabih prehranjevalnih navad. Živilo, ki dokazno povečuje zdravstveno tveganje (vsebuje veliko maščobe, sladkorja in soli), ne sme biti predstavljeno kot primerno za uravnoteženo in zdravo prehranjevanje.
- Trditve morajo biti potrjene in odobrene pred prihodom izdelka na trg.

- Zakonodaja o prehranskih trditvah naj velja tako za oznake in označevanje, predstavitev živila na etiketah in brošurah kot tudi za oglaševanje v medijih.

3.3 DEJAVNIKI VPLIVA NA PREVERJANJE PREHRANSKIH INFORMACIJ

Številne empirične študije dokazujejo povezanost uporabe informacij na ovojnini živil s socialno-demografskimi značilnostmi potrošnika, še posebej s spolom, z izobrazbo in s starostjo. Iz raziskovalnih podatkov je razvidno, da ženske pogosteje preverjajo informacije o živilu (Abbott 1997: 47; BEUC 2005: 13; Shine in drugi 1997: 285; Wandel 1997: 212; Guthrie in drugi 1995: 167), kar naj bi bilo v tesni povezanosti z družbeno določenimi vlogami gospodinje, žene in matere, ki od ženske pričakuje, da namenja večjo pozornost zdravju in prehrani (Guthrie in drugi 1995: 169). Mangleburg in sodelavci (1997: 271–247) so v svoji študiji, v kateri so raziskovali vpliv potrošniške socializacije na uporabo prehranskih informacij med najstniki, ugotovili, da je uporaba prehranskih informacij večšina, ki se je mladi priučijo v procesu socializacije, in da starši ter vrstniki v medsebojnem komuniciranju z deklicami namenjajo več pozornosti prehranskim informacijam in pomenu njihove uporabe, medtem ko dečki s socializacijo teh veščin ne pridobijo, kar se posledično odraža v manjši uporabi prehranskih informacij.

Pri osebah z višjo stopnjo izobrazbe obstaja večja verjetnost preverjanja informacij (Abbott 1997: 47; Wandel 1997: 212; Wang in drugi 1995: 377). Eno izmed možnih razlag ponuja Stiglerjev ekonomski model iskanja informacij (v Guthrie in drugi 1995: 164), ki predpostavlja, da bo potrošnik motiviran za spremembo vedenja, če so zaznane koristi večje od vloženih stroškov. Rečeno malo drugače, potrošnik bo tako dolgo iskal boljše živilo (npr. cenejše, bolj hranilno...), dokler vloženi stroški ne presegajo zaznane koristi, ki so povezane z iskanjem informacij. Največkrat je za potrošnika strošek porabljen čas, ki ga nameni branju informacij, zaznavne koristi pa so boljši izbor živil in s tem bolj uravnoteženo prehranjevanje. Izobraženi potrošniki so bolj ozaveščeni o povezanosti prehrane z zdravjem in posledično bolj motivirani za njihovo uporabo, zato stroški, ki so povezani z iskanjem informacij, ne pretehtajo koristi, ki jih imajo od njihove uporabe (Guthrie in drugi 1995: 168). Kim s soavtorji (2001: 358) ugotavlja podobno. Izobraženi potrošniki naj bi imeli boljše znanje o učinkovitih metodah, s katerimi lahko izboljšajo svojo prehrano in zato so bolj naklonjeni zdravim prehranskim izbiram, ki jih podpirajo zdravstvene avtoritete. Jensen in Kesavan

(1993: 365) menita, da višja stopnja izobrazbe vpliva na zdravstveno ozaveščenost, ki povzroča, da je posameznik psihološko bolj vpet v proces iskanja informacij o hranilni vrednosti. Tivadar (2001: 212) ugotavlja, da je skrb za zdravo prehrano predvsem vprašanje kulturnega kapitala, vendar pri tem opozarja, da formalne izobraženosti ne moremo enačiti z informiranostjo, kajti raziskave kažejo, da ozaveščenost o tveganjih nezdrave prehrane ni nujno premo sorazmerna s spremembami v prehranjevanju. Rezultati raziskav kažejo tudi, da obstaja pri osebah z višjo stopnjo izobrazbe večja verjetnost iskanja informacij o sestavinah živila in branja prehranskih trditev (Kim in drugi 2001: 355).

Eden izmed pomembnejših dejavnikov, ki vpliva na uporabo informacij, je tip gospodinjstva. Verjetnost uporabe informacij na živilih je višja pri osebah, ki živijo v dvo- ali veččlanskem gospodinjstvu (Guthrie in drugi 1995: 168; Wang in drugi 1995: 374). Pri osebah, ki živijo v enočlanskem gospodinjstvu, obstaja manjša verjetnost, da namenijo svoj čas in trud za branje informacij. Glavni razlog naj bi bil, da se koristi od uporabe informacij v veččlanskem gospodinjstvu porazdelijo tudi na druge člane družine, zato stroški ne presegajo koristi, ki so povezane z iskanjem le-teh (Guthrie in drugi 1995: 169).

Raziskovalci, ki raziskujejo vpliv starosti na preverjanje informacij, ugotavljajo, da so starejši potrošniki manj nagnjeni k njihovi uporabi v primerjavi z mlajšimi potrošniki (Cole in drugi v Baltas 2001: 711; Kim in drugi 2001: 353). Uporaba informacij je najbolj pogosta v starostni skupini od 35 do 54 let (Guthrie in drugi 1995: 168). Majhnost tiska, problemi pri interpretaciji novih informacij in zmanjšana sposobnost procesiranja kompleksnih informacij so razlogi, zakaj so starejši potrošniki v manjši meri uporabniki teh informacij (Burton in Andrews 1996: 69).

Poleg socialno-demografskih obstajajo tudi številni drugi domnevni dejavniki, ki vplivajo na iskanje informacij o hranilni vrednosti živila. Eden izmed pomembnejših je ozaveščenost potrošnika glede zdravja (Szykman in drugi v Baltas 2001: 711; Wang in drugi 1995: 377); višja ko je stopnja ozaveščenosti, večja je verjetnost uporabe informacij. Druge raziskave opozarjajo na tesno povezanost med ozaveščenostjo potrošnika o koristnosti informacij in njihovo uporabo (Petrucci v Nayga 1999: 30; Thedford 2005: 402). Informacije o hranilni vrednosti imajo pozitiven učinek takrat, ko potrošnik zazna koristnost njihove uporabe. Kadar potrošnik ne zazna koristnosti teh informacij, obstaja manjša verjetnost, da jih bo uporabljal. Pri osebah z manj zdravimi prehranjevalnimi navadami obstaja večja verjetnost, da »izključijo

informacije na živilu, ki so objektivno koristne za izboljšanje kvalitete prehranjevanja in zdravja, vendar pa so iz subjektivnega vidika videne kot nekoristne, nepomembne ali nezaželene« (Lin in drugi v Thedford 2005: 403). Na drugi strani pa številni avtorji opozarjajo, da hrana poleg bioloških zadovoljuje tudi družbene in kulturne potrebe, zato je skrb za zdravje zgolj eden od dejavnikov, ki vpliva na spreminjanje prehranskih navad. »Količina informacij, ki jo ima posameznik o vplivu prehrane in gibanja na zdravje, je le nujni, a ne zadostni pogoj za spremembo vedenja« (Tivadar in Kamin 2005: 3). Podrobnejši vpogled v zaviralne dejavnike za spremembo nezdravega prehranjevanja bom predstavila v poglavju o izobraževanju potrošnikov.

Pomembnost zgoraj navedenih raziskav je v tem, da so pokazale tiste dejavnike, ki imajo pomemben vpliv na to, ali bo potrošnik uporabljal informacije na živilih pri svojih nakupovalnih in prehranjevalnih odločitvah. Razumevanje zgoraj naštetih dejavnikov je ključnega pomena pri načrtovanju učinkovitih izobraževalnih kampanj, ki morajo biti zasnovane za vsako skupino potrošnikov posebej.

3.4 NAKUPOVALNE ODLOČITVE POTROŠNIKOV

Številne študije so dokazale vpliv informacij o hranilni vrednosti živila na nakupovalne odločitve potrošnikov (Abbott 1997; Byrd-Bredbenner in drugi 2000; Shine in drugi 1997; Wandel 1997; Bhaskaran in Hardley 2002). V Veliki Britaniji je več kot 80 % vseh vprašanih menilo, da prehranske informacije vplivajo na njihove nakupovalne odločitve (Mannell in drugi 2006: 162). Raziskovalci ugotavljajo, da večina potrošnikov uporablja informacije na živilih v situacijah, ko se odločajo za nakup novega živila, pri vseh nadaljnjih nakupih pa tega zaradi pomanjkanja časa ne počnejo več (Miller in drugi v Byrd – Bredbenner in drugi 2000: 621). Hranilna lastnost živila je poleg cene, okusa in blagovne znamke le ena od lastnosti, ki vpliva na potrošnikovo odločitev za nakup določenega živila. Vpliv hranilne vrednosti živila na nakupovalne odločitve se ne razlikuje samo od potrošnika do potrošnika, temveč je odvisen tudi od vrste živila in od tega, za kakšno vrsto nakupa gre (Sadler 1999).

Izpostavljeni dejavniki, ki vplivajo na nakupovalne odločitve mlajših potrošnikov, so bili naslednji: okus, kvaliteta in cena izdelka. Le manjšina je poudarila vpliv zdravosti živila na njihove nakupovalne odločitve, ki se odražajo v nakupu manj mastnih, sladkih, slanih izdelkov in tistih izdelkov, ki ne vsebujejo aditivov, itd. Avtorja menita, da gre za skupino mlajših potrošnikov, ki so reaktivni in ne proaktivni v svojih nakupovalnih odločitvah v primerjavi s starejšimi potrošniki, pri katerih so nakupovalne odločitve v veliki meri odvisne od njihove ranljivosti, ki je posledica visoke stopnje ozaveščenosti, da so izpostavljeni večjemu zdravstvenemu tveganju. Zgolj svarilo zdravnika je dovolj, da spodbudi iskanje ustreznih informacij in vedenja, ki se kaže v prehranskih spremembah (Bhaskaran in Hardley 2002: 595).

Blaylock ugotavlja podobno. Po njegovem mnenju znanje o hranilnih snoveh vpliva na prehranjevalne in nakupovalne navade, vendar le tedaj, ko je oseba motivirana (v Wansink in Cheney 2005: 388). Obstajata dva nivoja znanja: znanje o hranilni kakovosti živila in znanje o vplivu določene hranilne snovi na zdravje. Če potrošnik pozna tako lastnosti kot koristnost določene hranilne snovi, je njegovo razumevanje na višjem nivoju, kot če bi imel informacije zgolj o eni stvari. Če potrošnik tega znanja nima, teže prepozna povezavo med prehrano in zdravjem, ki ga lahko motivira k nakupu bolj zdravega živila (Wansink in Cheney 2005: 388).

Nayga in soavtorji (1998: 111–117) so v svoji študiji, ki so jo opravili v ZDA, raziskali vpliv dejavnikov, ki vplivajo na preverjanje informacij o hranilni vrednosti živila med nakupovanjem. Ugotovili so, da okoli 70 % vseh vprašanih bere vedno ali pogosto informacije o hranilni vrednosti živila med nakupovanjem. Pri osebah, ki uporabljajo množične medije kot primarni vir informacij, obstaja manjša verjetnost uporabe teh informacij med nakupovanjem v primerjavi z osebam, ki navajajo informacije o hranilni vrednosti kot primarni vir. Menijo, da pluralizem znanstvenih dognanj v medijih v javnosti pogloblja nezaupanje v znanstvena priporočila in dvome v smiselnost popolnega upoštevanja priporočil glede zdravega prehranjevanja, kar potrošnike odvrča od branja teh informacij. Ugotavljajo tudi odvisnost preverjanja informacij od časa, ki ga je oseba pripravljena nameniti nakupovanju, in od tega, koliko je potrošniku pomembna določena lastnost izdelka, npr. vsebovanost vlaknin. Pri osebi, ki nameni več časa nakupovanju nasploh in ki zaznava hranilne snovi kot pomembno lastnost živila, obstaja večja verjetnost uporabe informacije med nakupovanjem.

Številne kampanje, ki podpirajo zdrav življenjski slog, imajo pomemben vpliv na nakupovalne odločitve potrošnikov. Osemdeset odstotkov vseh vprašanih meni, da kampanje vplivajo na njihove nakupovalne odločitve. Čeprav kampanje podpirajo določen izdelek, potrošniki tega ne dojemajo kot promocijo izdelka, temveč kot promocijo zdravja in dobrega počutja, ki spodbuja posameznika, da privzame boljše prehranjevalne navade oz., kot pravi eden izmed sodelujočih, »spodbujajo zdravo življenje in vsi si želimo živeti vsaj 80 let in videti svoje vnuke odraščati, vsi hočemo iti čez to in ponavadi ne promovirajo izdelka, zgolj dobro zdravje« (Bhaskaran in Hardley 2002: 600). Jensen in Kesavan (1993: 358–374) sta raziskovala vpliv promocijske kampanje mlečnih izdelkov, ki jo je izvedel National Dairy Board, na nakupovalne odločitve potrošnikov. Glavni cilj kampanje je bil informirati potrošnike o pomembnosti vnosa kalcija v telo, pri tem pa so bili mlečni proizvodi poudarjeni kot dober vir kalcija. Raziskava je pokazala, da je bila kampanja učinkovita pri vzpostavljanju pozitivnega odnosa potrošnika do hranilnih snovi in mlečnih izdelkov. Čeprav oglaševanje samo ni imelo neposrednega vpliva na potrošnjo, je vplivalo na potrošnikov odnos do hranilnih snovi in s tem na večjo potrošnjo oglaševanega izdelka. S tem je bila potrjena predpostavka, da izpostavljenost potrošnika oglasom, ki ga informirajo o hranilnih snoveh, vpliva na njegovo znanje o hranilnih atributih izdelka, kar se posledično odraža pri njegovih nakupovalnih odločitvah. Oglaševanje nutrinskih vidikov živila je torej učinkovit način spreminjanja potrošnikovih nakupovalnih odločitev.

3.5 VPLIV PREHRANJEVALNIH NAVAD POTROŠNIKOV NA PREVERJANJE PREHRANSKIH INFORMACIJ

V tem poglavju bom predstavila raziskave, ki so se ukvarjale z vprašanjem, ali skrb za zdravje vpliva na branje informacij o hranilni vrednosti živil. Z razvojem nutricionistične znanosti smo živila začeli razumeti kot zdravila, ki naj bi jih uživali zaradi njihove hranilne sestave, ki blagodejno vpliva na zdravje, in ne več toliko zaradi gurmanskega užitka, ki nam ga hrana lahko prinese (Lupton 1996: 80). Ozaveščenost posameznika o zdravem prehranjevanju in pomembnosti takšnega prehranjevanja je eden od razlogov spreminjanja njegovega okusa. Posameznik se odloči za živilo zgolj na podlagi tega, ker to živilo razume kot zdravo oziroma daje prednost deklariranim zdravim živilom pred tistimi, ki bi jih izbral na podlagi okusa (Davison in drugi v Lupton 1996: 80). Pri tem je pomembno »izkustveno znanje« (Lupton 1996: 84), ki ga posameznik pridobi z uživanjem živil, npr. njegovo počutje po zaužitju živila, okus, vonj itd. Izkustveno znanje je v tesni povezanosti s strokovnim znanjem, saj prav znanje o živilu, ki se oblikuje skozi dominantni diskurz nutricionistov in medicinskih strokovnjakov (npr. ali se določeno živilo ima za zdravo ali ne), vpliva na to, kakšno bo posameznikovo počutje po zaužitju tega živila. Znanje glede hranilnih snovi, ki ga posameznik pridobi s formalno ali neformalno izobrazbo, vpliva na njegove prehranjevalne odločitve. Visoka stopnja ozaveščenosti ljudi o povezanosti prehrane z zdravjem je eden od možnih dejavnikov, ki spodbuja potrošnika k preverjanju prehranskih informacij.

Že prej omenjena raziskava, ki jo je izvedla Shine s soavtorji (1997: 286), je pokazala močno povezanost med uporabo informacij o hranilni vrednosti in potrošnikovim odnosom do prehrane, saj več kot dve tretjini vprašanih, ki berejo informacije, meni, da je prehrana pomemben del njihovega življenja. Močna povezanost se je pokazala tudi med uporabo informacij in ozaveščenostjo potrošnika o povezanosti prehrane in zdravja, saj je več kot polovica vprašanih, ki berejo te informacije, menila, da obstaja med njima tesna povezanost. Ozaveščenost o povezanosti zdravja in prehrane je višja pri starejših potrošnikih (od 55 let naprej) (Bhaskaran in Hardley 2002: 603). Pri ljudeh, ki kažejo več zanimanja za zdravje, obstaja večja verjetnost, da bodo brali informacije na živilu in se na podlagi teh informacij odločili za nakup določenega živila (Neuhausler in drugi 1999: 50). Novejše raziskave zgoraj navedene trditve potrjujejo. Guthrie s sodelavci (1995: 168) ugotavlja, da uporabniki informacij namenjajo več pozornosti nadzoruvanju želene telesne teže, sledijo smernicam

zdravega prehranjevanja in jim je pri izbiri živila varnost in hranilna sestava živila pomembnejša od okusa. Wandel (1997: 212) prav tako ugotavlja podobnost družbeno-ekonomskega statusa uporabnikov informacij na živilu s statusom potrošnikov, pri katerih je zanimanje za zdravje visoko. Obstaja velika verjetnost, da je močna skrb za zdravje tisti odločilni dejavnik, ki vpliva na branje informacij na živilu. Pri tem je treba poudariti, da pri osebah z določeno kronično nenalezljivo boleznijo (sladkorna bolezen, nekatere vrste raka, zvišan krvni tlak) ne obstaja večja verjetnost branja informacij na živilih v primerjavi z osebami brez zdravstvenih težav (Neuhouser in drugi 1999: 50).

Podatki iz raziskave, ki jo je opravil Coulson (2000) med študenti, potrjujejo ugotovitve, da je uporaba informacij na živilih povezana z bolj zdravim prehranjevanjem in z motivi za izbor hrane. Pri tem je avtor uporabil večstopenski model spreminjanja vedenja posameznikov, imenovan tudi transteoretični model⁶ spreminjanja vedenja (Prochaska in DiClemente v Coulson 2000: 661) na potrošnikovo uporabo informacij na živilih. Ta model predpostavlja, da niso vsi posamezniki na isti stopnji sprejemanja določenega vedenja, premikajo se skozi različne stopnje, preden se odločijo za spremembo vedenja. Posameznik mora tveganje najprej zaznati, potem ga sprejeti kot zase relevantnega, nato se mora pripraviti za spremembo v skladu s priporočili, šele potem pride posameznikov prvi poizkus, da prekine s preteklimi vzorci vedenja. O spremembi vedenja lahko govorimo, ko posameznik prevzame novo vedenje za sebi lastno, za novo navado (Kamin 2006: 93). Pri tem gre za petstopenski model spreminjanja vedenja posameznika. Prva faza je **faza nezavedanja ali zanikanja**, kjer posameznik problema ne zazna in ne namerava spremeniti svojega vedenja v prihodnosti. Druga faza je **faza namere**, kjer posameznik zaznava problem določenega vedenja in celo razmišlja o spremembi vedenja. Tretja faza je **faza priprave**, v kateri posameznik sprejme odločitev, da spremeni svoje vedenje v bližnji prihodnosti. Sledi ji **faza dejanja**, kjer posameznik prvič izvede dejanje skladno s priporočili, ki kaže na možno spremembo vedenja. Zadnja pa je **faza potrditve in vzdrževanja**, kjer skuša posameznik vzdrževati na novo prevzeto vedenje. Gre za postopni prehod iz ene faze v drugo, kjer obstaja velika verjetnost, da posamezniku ne uspe poskus novega vedenja, zato se vrača k novi pripravi in novim poizkusom. Avtor je model nadgradil s potrošnikovim poznavanjem zaviralnih in spodbudnih dejavnikov oziroma s tehtanjem za ali proti uporabi informacij. Potrošnik primerja pozitivne vidike novega vedenja z negativnimi in na podlagi tega sprejme odločitev. Predpostavka

⁶ Za podrobnejšo analizo transteoretičnega modela spreminjanja vedenja glej v Kamin, 2006.

modela je, da v fazi dejanja ter v fazi potrditve in vzdrževanja potrošniki pretehtajo tiste odločitve, ki so v prid določenemu vedenju, v fazi nezavedanja pa prevladujejo tisti razlogi, ki nasprotujejo spremembi vedenja. Podatki raziskave so pokazali, da je bila večina sodelujočih uvrščena ali v fazo nezavedanja ali zanikanja (30 %), ali v fazo potrditve in vzdrževanja (49 %). Ta ugotovitev je skladna s teoretično predpostavko modela, kjer sta ti dve fazi označeni kot statični, medtem ko so druge tri faze dinamične in trajajo po navadi manj časa. Iz raziskave je razvidno, da v poznejših fazah pride do procesa spreminjanja prehranjevalnih navad k bolj zdravi in manj kalorični prehrani. Višja kot je faza, višja je potrošnja sadja in nižja je potrošnja mastne hrane. Prav tako osebe, ki so bile uvrščene v fazo potrditve in vzdrževanja, pripisujejo hranilnim snovem in maščobi večji pomen v primerjavi z osebami iz faze nezavedanja in zanikanja. Neuhouser s sodelavci (1999: 49) je v študiji, v katero je bilo vključenih 1450 oseb, preučeval vpliv prehranskih informacij na kakovost prehranjevanja. Ugotovil je, da osebe v fazi dejanja ali v fazi potrditve in vzdrževanja pogosteje uporabljajo informacije o hranilni vrednosti kot osebe iz drugih faz.

Na področju uporabe informacij o hranilni vrednosti na ovojnini živila je bilo izvedenih več raziskav, ki so se osredotočile zgolj na to, kako potrošnik uporablja te informacije. Le malo pa je bilo povedano o spremembi potrošnikovega vedenja. Ta model nam omogoča, da raziščemo, kako se vedenje spreminja, in na podlagi izsledkov raziskav motiviramo potrošnika k preverjanju informacij na živilih. Še zlasti je koristna pomoč pri ozaveščanju tistih oseb, ki so uvrščene v fazo nezavedanja ali zanikanja.

Druge raziskave prav tako potrjujejo močno povezanost med kakovostjo prehranjevanja in preverjanjem prehranskih informacij. Podatki kažejo, da uporabniki informacij zaužijejo več vitamina C in manj holesterola (Guthrie in drugi 1995: 170). Neuhouser s sodelavci (1999: 49) ugotavlja visoko statistično povezanost med uporabo informacij in zmanjšanjem vnosa maščob v prehrano. Ljudje, ki si želijo zmanjšati vnos maščob v prehrano, uporabljajo informacije na ovojnini živila kot pomoč pri njegovi izbiri. Wang in sodelavci (1995: 374–377) menijo, da je pomembna determinanta pri preverjanju informacij o hranilni vrednosti prav potrošnikova ozaveščenost o zdravstvenih vidikih prehranjevanja. Pri potrošnikih, ki zaužijejo več maščobe in holesterola, lahko domnevamo, da namenjajo manj pozornosti skrbi za zdravje. Če so manj ozaveščeni o škodljivih posledicah maščobe in holesterola na zdravje, obstaja tudi manjša verjetnost, da uporabljajo informacije o hranilni vrednosti živila. Zgornjo predpostavko so potrdili tudi z raziskavo. Raven maščobe in holesterola v prehrani sta pokazatelj potrošnikove ozaveščenosti o zdravstvenih učinkih prehranjevanja oziroma osebe

z nižjim vnosom maščobe in holesterola v prehrani preverjajo informacije o hranilni vrednosti živila pogosteje. Skrb za zdravje je torej tisti dejavnik, ki igra pomembno vlogo pri tem, ali bo potrošnik uporabil informacije o hranilni vrednosti živila pri svojih prehranjevalnih odločitvah ali ne.

3.6 KATERIM HRANILNIM SNOVEM POTROŠNIKI NAMENJAJO NAJVEČ POZORNOSTI

Raziskovalni podatki kažejo, da potrošniki usmerjajo svojo pozornost na negativne hranilne snovi (npr. holesterol, sol, maščoba itd.) oziroma se bolj osredotočajo na zmanjševanje njihovega vnosa, in manj na povečanje vnosa zelenih hranilnih snovi. Skladno s tem dajejo potrošniki prednost tistim informacijam o hranilnih snoveh, ki se jim želijo izogniti (Shine in drugi 1997: 284; Wandel 1997: 214; Bhaskaran in Hardley 2002: 603). To je v tesni povezanosti s tem, da so najpomembnejši vir informacij o hranilni vrednosti množični mediji, ki večinoma poročajo zgolj o izogibanju določenim hranilnim snovem in manj o pozitivnih vidikih živila (Shine in drugi 1997: 294). Eno izmed možnih razlag ponuja tudi teorija pričakovanja, ki sta jo razvila Kahneman in Tversky leta 1979 (v Baltas 2001: 710). Izhaja iz predpostavke, da potrošniki pripisujejo večjo psihološko vrednost izgubam kot koristim, zato namenjajo več pozornosti s prehrano povezanim izgubam, kar pomeni, da informacije o negativnih hranilnih snoveh, kot so maščoba, holesterol, natrij idr., pridobivajo več pozornosti kot informacije o pozitivnih hranilnih snoveh, npr. vitamini. Motivacija za iskanje informacij o hranilnih snoveh je tem večja, ko potrošnik zazna negativne posledice in specifičen način za zmanjšanje le-teh (Moorman v Baltas 2001: 711). Tako so za potrošnika informacije o hranilni vrednosti bolj uporabne in relevantne pri tistih živilih, ki jih zazna kot manj hranljive. Zgornjo ugotovitev potrjuje tudi dejstvo, da potrošniki pogostokrat kot razlog za zamenjavo določenega živila navajajo željo, da bi se izognili uživanju določenim sestavinam živila (Russo in drugi v Baltas 2001: 714).

Higginson je s svojimi sodelavci (2002: 93–99) izvedel kvalitativno raziskavo, ki je temeljila na »verbal protocol analysis«⁷. Sodelujoči so bili razdeljeni v dve skupini. Prvo skupino so sestavljali nestrokovnjaki, v katero so bili vključeni laični potrošniki, drugo skupino pa so sestavljali strokovnjaki za zdravo prehrano. Z oblikovanjem dveh skupin so želeli ugotoviti, kako strokovno znanje o hranilni vrednosti živila vpliva na uporabo informacij. Raziskovalci so se s sodelujočimi sestali dvakrat. Na prvem srečanju so spremljali sodelujoče pri njihovem dnevnem nakupu hrane. Na drugem srečanju so jim predstavili devet različnih skupin živil, v vsaki skupini pa so morali izbrati najbolj zdravo živilo.

⁷ Gre za tehniko, ki nauči sodelujoče glasno razmišljati in zahteva ubeseditev vsake njihove misli brez interpretacije oziroma olepševanja.

Rezultati raziskave so pokazali, da je pri opravljanju dnevnih nakupov najbolj iskana informacija o energijski vrednosti (38 %) in informacija o maščobi (19 %). Pri drugem srečanju, ko so sodelujoči izbirali zdravo verzijo živila, je bila največkrat iskana informacija o maščobi, nato o energijski vrednosti, sledili pa so ogljikovi hidrati, nasičene maščobne kisline in sladkor. Najmanj iskane so bile informacije o tistih hranilnih snoveh, ki so manj poznane ali manj razumljive, npr. nenasičene maščobne kisline, transmaščobne kisline, natrij in prehranske vlaknine.

Strokovnjaki so preverjali večji obseg prehranskih informacij v primerjavi z nestrokovnjaki, vendar pa je bil tip informacije pri obeh skupinah enak: maščoba na 100 g živila, sledi energijska vrednost na 100 g živila in maščoba na priporočeno porcijo. Največje razlike med skupinama so se pokazale prav pri uporabi informacij o nasičenih maščobnih kislinah, kar kaže na to, da je nivo znanja o določeni hranilni snovi pomemben dejavnik pri odločitvi, ali bo oseba to informacijo opazila ali ne.

Potrošniki bolj pogosto berejo informacije o hranilni vrednosti na 100 g živila kot pa na priporočeno porcijo. Na 492 izdelkih so sodelujoči preverjali informacije na 100 g živila, medtem ko le na 279 izdelkih informacije na priporočeno porcijo. To nasprotuje dosedanjim ugotovitvam raziskav, ki ugotavljajo, da dajejo potrošniki prednost informacijam na priporočeno porcijo (Byrd-Bredbenner in drugi 2000; Humphries 1998: 196; BEUC 2005: 7). Higginson in sodelavci (2002: 98) menijo, da potrošniki raje preverjajo informacije na 100 g živila, ker lahko lažje primerjajo med seboj informacije o dveh ali več živilih iste vrste različnih proizvajalcev, ki so pogostokrat zapakirane v različnih količinah. Mannell in sodelavci (2006: 166) menijo, da je eden od možnih razlogov tudi ta, da je bila zgoraj navedena raziskava izvedena v evropskem prostoru, kjer so potrošnikom v večini dosegljive le informacije o hranilni vrednosti na 100 g živila. Iz raziskovalnih podatkov je tudi razvidno, da je odvisno od vrste živila⁸, ali bo potrošnik sploh uporabil informacije o hranilni vrednosti oziroma, če jih bo, na katere informacije se bo osredotočil in ali bo preverjal informacije na 100 g ali na priporočeno porcijo.

⁸ Tip informacije se razlikuje glede na hranilne snovi, ki jih določeno živilo vsebuje. Na živilih, ki vsebujejo veliko maščob (piškoti, maslo/margarina, čips itd.), je najpogosteje iskana informacija o maščobi, na živilih, bogatih z vlakninami (izdelki iz žitaric, piškoti, juhe itd.), pa informacija o vlakninah. Informacije na priporočeno porcijo se preverjajo na tistih živilih, ki jih zaužijemo posamično, npr. pri piškotih. Pri živilih, ki jih posamezniki zaužijejo v majhnih količinah, npr. margarina, maslo, so bolj zaželenne informacije na 100 gramov (Higginson in drugi 2002: 95–98).

Druge raziskave so pokazale podobne ugotovitve. Potrošniki, ki berejo prehranske informacije, iščejo predvsem tiste o maščobi, energijski vrednosti in holesterolu (Wandel 1997: 215; BEUC 2005: 5; Neuhouser in drugi 1999: 47; Mannell in drugi 2006: 162) ter informacije o prisotnosti aditivov in umetnih barvil v živilih (Shine in drugi 1997: 293; Wandel 1997: 215), medtem ko je preverjanje drugih informacij o hranilnih snoveh omejeno in površinsko (Shannon 1994: 42). Informacije o drugih hranilnih snoveh se upoštevajo le tedaj, ko ima potrošnik specifično znanje ali pokaže zanimanje za določeno hranilno snov, npr. osebe s specifičnimi zdravstvenimi problemi (npr. alergiki) (Bhaskaran in Hardley 2002: 596). Velika pozornost se namenja tudi informacijam, ki se nanašajo na varnost živila, kot je npr. rok uporabnosti, pogoji shranjevanja in navodila za uporabo živila (MAFF v Abbott 1997: 43). Visoko zanimanje potrošnikov za te informacije je v tesni povezanosti z naraščajočo zavestjo o zdravstvenih vidikih prehranjevanja. V zadnjih letih se vrstijo poročila o zastrupljeni hrani (npr. z dioksinom), o mikrobiološki oporečni hrani (npr. o pomanjkljivem nadzoru v slovenskih klavnicah), o okuženi hrani (npr. s povzročiteljem BSE), zato je v javnosti velik del pozornosti usmerjen na zdravstvene nevarnosti prehranjevanja. Z zavedanjem potrošnika o svetovnih ekoloških problemih in zdravstvenih nevarnostih uporabe kemičnih sredstev v kmetijstvu je povezana tudi želja posameznika, »da bi ekološko krizo obvladoval in vsaj na individualni ravni omejil njene škodljive učinke« (Kamin in Tivadar 2003: 898).

Meritve o zadovoljstvu potrošnikov z informacijami kažejo, da so bolj zadovoljni z informacijami o hranilni vrednosti živila kot z informacijami na področju varnostnih in okoljskih vidikov hrane. Potrošniki si želijo ustreznih informacij o aditivih, načinih pridelave hrane in o nevarnih snoveh v živilih, ki so posledica onesnaženosti okolja (Wandel 1997: 217). Potrošniki, ki iščejo informacije o prisotnosti aditivov v živilu, preverjajo informacije manj redno kot tisti, ki jih v prvi vrsti zanima količina maščobe, sladkorja ali alergenov v živilih (Wandel 1997: 215). Osebe, mlajše od 35 let, so bolj osredotočene na informacije o energijski vrednosti in maščobi, medtem ko osebe, starejše od 35 let, posvečajo več pozornosti informacijam o holesterolu (Neuhouser in drugi 1999: 49).

Informacije o hranilni vrednosti so najbolj iskane na mlečnih izdelkih, pripravljenih oz. polpripravljenih, in na nepoznanih izdelkih. Najmanj pa v naslednjih kategorijah: kruh in mleko, »zdrava« hrana, hrana z nizko vsebnostjo maščobe, manj kalorična živila in živila, ki spadajo med priboljške (Sadler 1999: 26; Higginson in drugi 2002: 98).

3.7 OZNAČEVANJE INFORMACIJ O HRANILNI VREDNOSTI NA OVOJNINI ŽIVILA

Trend k zdravemu načinu prehranjevanja je med potrošniki povečal zanimanje in zahteve po bolj izčrpnih, natančnih in dostopnejših informacijah na embalaži izdelka. Raziskave kažejo, da si potrošniki želijo predvsem informacij o hranilni vrednosti in o sestavinah živila (Humphries 1998: 193; MAFF v Abbott 1997: 43), ki bi jim olajšale nakup zdrave hrane. Te informacije so za potrošnika koristne pri izbiri ustreznega živila in pri načrtovanju zdrave prehrane, vendar le tedaj, ko ima ustrezno znanje za njihovo razumevanje. Številni avtorji opozarjajo, da imajo potrošniki težave pri razumevanju strokovnih pojmov (Shine in drugi 1997: 294; Mannell in drugi 2006: 165), zato si večina želi, da bi bilo označevanje informacij na ovojni živila bolj razumljivo, enostavnejše in informativno (BEUC 2005; MAFF v Abbott 1997: 43). BEUC (2005: 7) je ugotovila, da si večina vprašanih želi informacij o hranilni vrednosti na živilih (81 %), hkrati pa jih kar 40 % zavrača sedanje označevanje. Uvedba enostavnejše in potrošniku prijaznejše oblike informacij je eden od načinov, da se pritegne potrošnika k njihovi uporabi.

S to težavo so se uspešno spopadli v ZDA. S sprejetjem Nutrition Labeling and Education Act (v nadaljevanju NLEA), ki je stopil v veljavo leta 1994, je bilo uvedeno obvezno poenoteno označevanje hranilnih vrednosti na vseh prehranskih izdelkih. Poglavitni cilj akta je bil »napraviti informacije o hranilni vrednosti živila razumljive potrošnikom, s katerimi bi lahko primerjali vsebino hranilnih snovi med posameznimi živili in jim s tem omogočili in olajšali načrtovanje zdrave prehrane« (Satia in drugi v Thedford 2005: 402) oziroma ena izmed osrednjih nalog NLEA je bila »oblikovanje konsistentne, razumljive in uporabljive nutrske tabele« (Nayga 1999: 29). Istega leta so na podlagi NLEA uvedli nov format označevanja informacij o hranilni vrednosti živila, t. i. »nutrition facts«, ki je uvedel potrošniku enostavnejšo in razumljivejšo predstavitev teh informacij. Raziskave so pokazale, da se je po uvedbi »nutrition facts« delež potrošnikov, ki so redno uporabljali te informacije pri nakupu novega živila, znatno povečal in dosegel že skoraj 85 % (American Dietetic Association v Byrd-Bredbenner in drugi 2000: 626). Obvezno označevanje informacij o hranilni vrednosti živila pa je med drugim spodbudilo tudi proizvajalce, da so se usmerili v proizvodnjo bolj zdrave in manj kalorične hrane (Farzan in drugi 1999).

Pomembnosti enostavnejšega označevanja se zavedajo tudi v Evropski uniji, še zlasti se za to zavzemajo potrošniške organizacije, ki delujejo pod okriljem evropske potrošniške organizacije BEUC. Prizadevajo si, da bi Evropska komisija podprla predlog direktive o obveznem poenotenem označevanju hranilnih vrednosti na vseh prehranskih izdelkih, in sicer s tabelo hranilnih vrednosti ter enostavno in prepoznavno oznako primernosti živila za zdravo prehranjevanje potrošnika.

Številne raziskave kažejo na pomanjkljivosti sedanjega označevanja informacij na ovojnini živila (Abbott 1997; BEUC 2005; Humphries 1998; Shine in drugi 1997; Wandel 1997; Mannell in drugi 2006). Večina potrošnikov si želi, da bi bila nutrska tabela večja (Humphries 1998: 194; Mannell 2006: 165), da bi bili pojmi bolj razumljivi in da bi bil poenostavljen označevalni sistem (BEUC 2005; Abbott 1997; Wandel 1997). Slednjo izboljšavo si želijo tudi tisti potrošniki, ki ne posvečajo pozornosti informacijam o hranilni vrednosti živila (BEUC 2005: 7). Kljub nezadovoljstvu potrošnikov s sedanjimi informacijami podatki raziskave (Shine in drugi 1997: 294) kažejo, da kar 53 % vseh vprašanih verjame v verodostojnost teh informacij in 36 % v njihovo konsistentnost. Vpeljava novega formata označevanja informacij v bolj pregledni obliki bi po mnenju nekaterih avtorjev še bolj spodbudila potrošnike k pogostejšemu preverjanju informacij o hranilni vrednosti živila pri njihovih prehranskih odločitvah (Shine in drugi 1997; Wandel 1997).

V raziskavi, ki so jo izvedli Carol Byrd-Bredbenner in sodelavci (2000), so bile vključene ženske, stare med 25 in 45 let, ki v gospodinjstvu opravijo vsaj polovico ali več nakupov hrane. K sodelovanju so povabili zgolj tiste ženske, ki so bile seznanjene z evropskim formatom informacij o hranilni vrednosti na živilih, niso pa bile seznanjene z ameriškim »nutrition facts«. Avtorji svojo odločitev, da so k sodelovanju povabili zgolj ženske, utemeljujejo s tem, da so one tiste, ki opravijo večino nakupov hrane za gospodinjstvo. Namen raziskave je bil, da se s primerjavo med evropskim formatom označevanja informacij in »nutrition facts« ugotovi, katere so tiste pomanjkljivosti evropskega formata, ki potrošnikom onemogočajo razumevanje teh informacij. Da bi dosegli podobne učinke, kot so jih v ZDA z uvedbo »nutrition facts«, avtorji na podlagi ugotovitev raziskave predlagajo naslednje:

- Obvezno označevanje hranilne vrednosti živil, kajti sedaj je proizvajalec dolžan zagotoviti informacije o hranilni vrednosti živila samo v primeru, ko se pri predstavitvi

ali oglaševanju živila z izjavo o hranilni vrednosti živila sklicuje na posebno hranilno lastnost živila. Obvezno označevanje vsebovanosti hranilnih vrednosti živila omogoča potrošniku, da ima vedno na razpolago informacije, ki so mu lahko v pomoč pri izbiri bolj zdravih živil.

- Potrošnikom povzroča težave pri uporabi prehranskih informacij neznanje o tem, kakšen je priporočeni dnevni vnos hranilnih snovi v telo (Shannon 1994: 41; Nayga in drugi 1998: 113). Večina potrošnikov ima predstavo le o tem, koliko kalorij dnevno potrebuje njihovo telo, zato informacije, ki so podane v številčnem formatu za potrošnika nimajo uporabne vrednosti pri načrtovanju uravnotežene prehrane. Informacije bi zato morale biti dopolnjene še s preprostim besednim opisom (»visoko«, »srednje«, »nizko«), s pomočjo katerega bi lahko potrošnik to informacijo pravilno interpretiral (Shannon 1994: 41).
- Velikokrat se zgodi, da so informacije o hranilni vrednosti živila na določenem izdelku podane samo v obliki teksta in vključene v druge informacije, namesto da bi jih proizvajalec navedel v posebni tabeli, ločeno od drugih informacij.
- Informacije bi morale biti napisane z večjimi črkami (Shannon 1994: 41).
- Označevanje bi moralo vključevati vse informacije o hranilnih snoveh, še posebej pa tiste, na katere opozarjajo strokovnjaki za zdravo prehranjevanje (npr. nasičene maščobne kisline, natrij, prehranska vlaknina...).
- Informacije bi morale biti predstavljene v formatu, ki je potrošniku razumljiv. V EU je potrebno podatke o hranilni vrednosti navajati na 100 g ali 100 ml živila, čeprav raziskovalci ugotavljajo, da je označevanje podatkov o hranilni vrednosti na priporočeno porcijo potrošniku prijaznejše (BEUC 2005: 7; Humphries 1998: 196; Shannon 1994: 42). Ena izmed možnih rešitev razumljivejše predstavitve informacij je vključitev koncepta RDA, t. i. delež priporočenega dnevnega vnosa, še posebej za tiste hranilne snovi⁹, ki imajo lahko na dolgi rok negativen vpliv na zdravje (Burton in Andrews 1996: 69; Sadler 1999: 26).
- Nutrinska tabela mora biti zasnovana na razumljiv način oziroma mora vsebovati razlago vseh pojmov, ki bi bili za potrošnika težko razumljivi.
- Določiti bi morali enotno priporočeno porcijo v vsaki kategoriji živila, ki bi potrošniku omogočila lažjo primerjavo istovrstnih živil različnih blagovnih znamk. To bi tudi omogočilo zaščito potrošnika pred proizvajalci, ki oglašujejo hranilnost živila na

⁹ Vključiti delež priporočenega dnevnega vnosa za naslednje hranilne snovi: skupne maščobe, nasičene maščobne kisline, holesterol, natrij, ogljikovi hidrati in vlaknine.

nerealno majhnih porcijah (Farzan in drugi 1999) oziroma proizvajalci tako ne bi smeli več premastno živilo s pomočjo majhne porcije oglaševati kot živilo, ki vsebuje malo maščob.

- Potrebna je zakonska regulacija prehranskih trditev ter prepoved uporabe omenjenih trditev na presladkih, premastnih ali preslanih izdelkih. Enostavna in prepoznavna oznaka o primernosti živila za zdravo prehranjevanje lahko pomaga potrošniku pri njegovih prehranskih odločitvah, da hitreje in lažje izbere sebi primerna živila z visoko ali nizko vsebnostjo določene hranilne snovi.

Podatki o prehranski sestavi živila, ki se nanašajo na vsebovanost posameznih hranil v živilu ter njegovo energijsko vrednost, so za potrošnika pomembna informacija, ki je lahko odločilna za presojo primernosti vključevanja živila v dnevno prehrano. Za proizvajalce pa je spodbuda, da dajejo na trg živila zdravju ustrezne oz. prilagojene prehranske kakovosti. »Stroški, ki so povezani z izvedbo analiz o hranilnosti živila, s projektiranjem in tiskanjem informacij o hranilni vrednosti na živilih, niso majhni, so pa v primerjavi s stroški, ki so posledica s prehrano povezanimi boleznimi, znatno manjši« (Byrd-Bredbenner in drugi 2000: 624). Informacije so lahko uporabne in koristne le tedaj, ko se nanašajo na tiste vidike, ki so za potrošnika najpomembnejši in so oblikovane na način, ki mu sporočajo, kako naj se prehranjuje, da ohrani ali izboljša svoje zdravje. Pojavlja se dilema med tem, da se na eni strani potrošniku zagotovi čim bolj izčrpne informacije, na drugi strani pa je potrebno paziti, da ne pride do prenakopičanja in nerazumevanja informacij. Označevanje samo ni vedno prepričljivo, kajti veliko potrošnikov ne bere informacij na živilih, spet drugi jih ne razumejo ali jim ne verjamejo. Prav zato je še toliko bolj pomembno izobraževanje potrošnikov.

3.8 IZOBRAŽEVANJE POTROŠNIKOV O PREHRANSKIH INFORMACIJAH

Med potrošniki prevladuje veliko zanimanje za hranilne snovi, obenem pa številni avtorji ugotavljajo, da je deklarativna naklonjenost prehranskim informacijam med potrošniki mnogo višja od njihove dejanske uporabe (Shine in drugi 1997; MAFF v Higginson in drugi 2002: 92; BEUC 2005). Medicinski strokovnjaki in nutricionisti menijo, da posameznikova ozaveščenost in informiranost o zdravi in varni hrani neposredno vplivata na spreminjanje njegovih stališč in vedenja. Prepričani so, da bi ljudje prevzeli priporočena vedenja, če bi bili seznanjeni z zdravstvenimi tveganji njihovih diet. V ospredje postavljajo racionalnega posameznika, ki deluje skladno s svojo informiranostjo o zdravju (Kamin 2006: 82). Raziskave kažejo, da, čeprav so posamezniki relativno dobro ozaveščeni o povezanosti prehrane in zdravja ter tudi njihovi načelni pripravljenosti za spremembo svojih prehranjevalnih navad, ima večina še vedno nezdrave jedilne navade. Strokovna/zdravstvena merila so le eden od dejavnikov, ki vplivajo na posameznikove prehranjevalne izbire. Eden od razlogov, da se posameznik ne prehranjuje v skladu s strokovnimi nasveti, je v tem, da so si ti pogostokrat nasprotujoči, zato jim posamezniki ne zaupajo in so prepričani, da je najbolje zdravo jesti vse po malem. Zdrava hrana je uravnotežena hrana, vendar s tem mislijo predvsem na lovljenje ravnotežja med zdravo in nezdravo hrano oziroma med užitkom in odrekanjem (Tivadar 2001: 223; Lupton 1996: 83). Ljudje menijo, da je potrebno biti pri prehrani discipliniran, čeprav se je treba znati tudi prepustiti in uživati življenje, kar pomeni občasno uživanje nezdrave hrane, ki ublaži stres in napetost vsakdanjega življenja. Pretirano upoštevanje strogih dietetskih priporočil se jim zdi enako slabo kot popolno ignoriranje teh priporočil (Lupton 1996: 148).

Prav zaradi nepreglednosti in kontradiktornosti različnih priporočil, nasvetov in spoznanj o tem, katero hrano naj bi posameznik užival, se mnogi poslužujejo »strategije zaupanja«. Izbirajo le tista živila, ki jim ne predstavljajo tveganja oziroma ki jih imajo za »naravna«, vsa ostala živila, ki jih imajo za »umetna«, pa izključijo iz svoje prehrane (Sellerberg v Beardsworth in Keil 1997: 168). Spet drugi najbolj zaupajo notranji modrosti telesa. Menijo, da je potrebno zaupati sebi, se opazovati in »poslušati« svoje telo. Telo samo pokaže znake, če je posameznikova prehrana slaba ali dobra. Če si napihnjen, če se zrediš, imaš slabo kožo ali imaš vetrove, ti tvoje telo s tem pokaže, da ne ješ pravilno (Lupton 1996: 83–84).

Naslednji razlog, ki posameznika odvrča od uradnih smernic prehranjevanja, je fatalistični pogled. Posamezniki se zanašajo na številne primere »dobre ali slabe prakse«, s katerimi relativizirajo ocene tveganja (Kamin 2006: 64). Menijo, da poslabšano zdravstveno stanje posameznika ni zmeraj posledica povečane telesne teže ali izbranega življenjskega stila, temveč je velikokrat odvisno tudi od posameznikove genske zasnove. Ljudje se v vsakdanjem življenju velikokrat srečujejo s situacijami, ko imajo posamezniki kljub zdravim prehranjevalnim navadam povišan krvni pritisk, visoko raven holesterola, bolezni srca in ožilja, medtem ko ni nujno, da se z enakimi zdravstvenimi težavami spopadajo ljudje, ki nenehno kršijo vsa zdravstvena priporočila. Takšno razumevanje poraja dvome v posameznikov odnos do zdravja in prehrane. Gre za paradoks, saj javni in vsakdanji diskurz obravnava različna bolezenska obolenja le kot posledico debelosti in nezdrave prehrane, vitkost pa neposredno z zdravjem, po drugi strani pa posamezniki pripisujejo velik pomen genetiki, ki igra pomembno vlogo pri tem, ali bo posameznik obolel ali ne (Lupton 1996: 148).

Neupoštevanje prehranskih nasvetov je tudi posledica tega, da zdravstvena priporočila o ustrezni prehrani postajajo vedno bolj zapletena, prezahtevna in vse bolj specializirana (Abbott 1997; BEUC 2005; Higginson in drugi 2002). Od ljudi se pričakuje, da usvojijo vedno bolj poglobljeno znanje o nutricionističnih vidikih prehranjevanja. Če je nekoč zadostovalo, da se v prehrani zmanjša zgolj poraba maščob, se danes pričakuje od posameznika, da ima znanje in nadzor nad različnimi vrstami maščob. Pretirana strokovnost povzroča, da imajo številni potrošniki težave pri razumevanju prehranskih smernic, zato še naprej vztrajajo pri tradicionalnih laičnih predstavah glede prehrane in zdravja, kot npr., da pretirano uživanje sladkorja povzroča diabetes (Beardsworth in Keil 1997: 142). Izobraževanje ljudi o hranilni vrednosti živila je eden izmed možnih načinov, ki potrošniku pomaga ločevati med točnimi in netočnimi ali celo zavajajočimi informacijami. Potrošniki, ki so slabo informirani o povezanosti med prehrano in zdravjem, podcenjujejo koristi, ki bi jih lahko imeli od pravilne uporabe informacij (Kim in drugi 2001: 355). Pri tem je zlasti pomembno ozaveščanje potrošnikov o povezanosti med zdravjem in prehrano, še zlasti opozarjanje na pozitivne vidike in jih na ta način skušati motivirati za uporabo teh informacij. Sapp ugotavlja podobno, da samo znanje o hranilnih snoveh ne vpliva nujno na kakovost prehranjevanja (v Nayga 1997: 2), temveč je bolj kot znanje pomembno, kako potrošnik zazna lastnosti določenega živila, npr. hranilno sestavo živila. V primeru, ko potrošnik zazna hranilne snovi kot pomembno lastnost živila, ima to lahko pozitiven vpliv na kakovost

prehranjevanja (Shepherd in Towler v Nayga 1997: 2). Izobraževanje glede hranilnih snovi je zlasti težavno pri tistih osebah, ki posedujejo že določene napačne predstave o hranilni snoveh, za katere verjamejo, da so pravilne (Dwyer in drugi v Abbott 1997: 47). »Znanje o hranilnih snoveh, pravilno razumevanje in preoblikovanje tega znanja v prakso pozitivno vplivajo na blaginjo in na podaljševanje življenjske dobe posameznika, medtem ko ima lahko njihovo ignoriranje ali zavračanje usodne posledice za zdravje« (Abbott 1997: 43).

Zdrave prehranske odločitve so v veliki meri odvisne od potrošnikove sposobnosti uporabe in ovrednotenja informacij, ki so navedene na embalaži živila (Nayga in drugi 1998: 116), zato je še toliko bolj pomembno izobraževanje potrošnika o informacijah na ovojnini živila in ga s tem spodbuditi k izbiri zdravju koristnejših živil. Potrošnik se lahko zdravo prehranjuje le takrat, ko razume in uporablja informacije o hranilni vrednosti na živilu. Ozaveščenost in informiranost potrošnika o pomembnosti rednega uživanja ustreznih hranilnih snovi lahko bistveno prispeva k spremenjenemu odnosu do prehrane. Poudarek pri izobraževalnih programih mora biti predvsem na tem, da se potrošnik nauči uporabljati informacije o hranilni vrednosti pri načrtovanju uravnotežene prehrane. Pomembnost prehranskih informacij je ravno v tem, da lahko njihova pravilna uporaba izboljša kakovost prehranjevanja. Ni dovolj samo, da ima potrošnik vedno na razpolago informacije o hranilni vrednosti živila in znanje, s katerim interpretira le-te, temveč je uspeh izobraževalnih programov odvisen od tega, ali potrošnik zazna hranilne snovi kot pomembno lastnost živila.

Preventivne zdravstvene kampanje so eden od načinov, s pomočjo katerih lahko ozaveščamo potrošnike o povezanosti prehrane in zdravja. Čeprav so kampanje usmerjene v promocijo določenega izdelka, jih potrošniki ne dojamejo kot oglasna sporočila, tudi če so podprte s strani industrije. Za potrošnike so kampanje informativne, zaupajo njihovim sporočilom, zato imajo lahko te kampanje pomemben vpliv na potrošnikove nakupovalne in prehranjevalne odločitve. Industrija je pri oblikovanju sporočil, ki promovirajo zdravje in izdelke hkrati, bolj pozitivna in konkretna. »Usmerjena je k spodbujanju pozitivnih čustev in daje zelo konkretna navodila za reševanje problemov posameznikov« (Kamin 2006: 99).

Prav zato, ker imajo potrošniki težave pri razumevanju informacij na živilih, veliko potrošnikov daje prednost prehranskim trditvam, ki parcialno poudarjajo zgolj en sam, za prodajo ugoden vidik izdelka. Potrošnikom je zato treba omogočiti ustrezno izobraževanje, da bi lahko ozaveščeno izbirali in izbrali ustrezno prehrano zase, kajti potrošnik ima lahko koristi

od informacij le, če jih uporablja. Razumevanje vpliva socialno-demografskih značilnosti posameznika pa je ključnega pomena pri načrtovanju učinkovitih izobraževalnih kampanj o hranilnih snoveh, ki morajo biti zasnovane za vsako skupino posebej. Izobraževalni programi, ki so prilagojeni specifični skupini potrošnikov, so učinkovitejši od splošnih programov pri izboljšanju zdravja celotne populacije (Lin v Nayga in drugi 1998: 107). Še posebno pozornost pa je potrebno nameniti starejšim potrošnikom, ki so najbolj ranljiva skupina.

4. EMPIRIČNI DEL

Teoretičnemu delu sledi empirični del, kjer bom predstavila rezultate kvalitativne raziskave, ki sem jo izvedla v mesecu februarju 2007 v obliki treh fokusnih skupin. Za raziskovanje informacij o hranilni vrednosti živila z vidika potrošnika sem se odločila izvesti kvalitativni raziskovalni pristop. Zaradi pomanjkanja informacij o zastavljenem raziskovalnem problemu v Sloveniji se mi je ta metoda zdela najprimernejša, saj omogoča raziskovalcu vpogled v raznolikost družbenih pojavov. Za metodo poglobljenih skupinskih pogovorov sem se odločila predvsem zato, ker omogoča, da na podlagi spontane in sproščene interakcije med udeleženci pogovora, ki si izmenjujejo izkušnje in mnenja o določenem vprašanju, pridejo na dan tudi druga zanimiva področja, ki so pomembno povezana z raziskovalnimi vprašanji. Cilj moje raziskave je bil ugotoviti, kakšno je poznavanje in uporaba informacij o hranilni vrednosti živila med slovenskimi potrošniki. Prav tako sem skušala raziskati, na kakšen način potrošniki uporabljajo te informacije, kakšni so njihovi motivi za uporabo in kako to vpliva na njihove nakupovalne in prehranjevalne navade.

Pri izbiri posameznikov sem izhajala iz osebnega socialnega omrežja. Za sodelovanje se je odločilo 20 oseb. Raziskava je potekala v obliki treh fokusnih skupin. Vse tri sem izvedla v mesecu februarja 2007 v Ljubljani. Pred začetkom pogovora sem vsem udeležencem pojasnila pravila razprave, ki je potekala v obliki zastavljenih odprtih vprašanj. Vse udeležence sem prosila za dovoljenje, da pogovor zaradi natančnejše analize snemam z diktafonom. Razgovori so trajali v povprečju dve uri. Po koncu fokusne skupine sem posneto diskusijo dobesedno prepisala in dodala opombe, ki sem jih uporabila pri nadaljnjem procesiranju informacij. Vsem udeležencem sem dodelila psevdonime, ki sem jih uporabljala pri analizi, saj sem le tako lahko zagotovila njihovo anonimnost. Po večkratnem temeljitom pregledu zapisov intervjujev sem določila osem kategorij, ki v splošnem sledijo zasnovanim raziskovalnim vprašanjem, na osnovi katerih sem izpeljala svojo analizo.

a) POTROŠNIKOVE PREHRANJEVALNE NAVADE

Danes opažamo na eni strani, da se vse več ljudi nezdravo prehranjuje, na drugi pa je vedno več ljudi, ki uživa čim bolj zdravo in manj kalorično hrano. Zato sem v prvo kategorijo umestila podatke, ki so se navezovali na vprašanja, koliko pozornosti namenjajo udeleženci

prehrani v vsakdanjem življenju. V tem sklopu me je zanimalo, ali so ljudje dobro informirani o povezanosti prehrane z zdravjem, kaj jih osebno ovira, da se teh priporočil ne držijo, in kaj je po njihovem mnenju zdravo prehranjevanje. S temi vprašanji sem skušala ugotoviti, kakšen je splošen pogled udeležencev na prehrano, in v tem kontekstu razumeti, zakaj se odločijo za uporabo/neuporabo informacij o hranilni vrednosti živila.

b) ODLOČITEV ZA NAKUP VSAKODNEVNIH IN NOVIH ŽIVIL

Zanimalo me je, na osnovi česa se udeleženci odločajo za živila, ki jih vsakodnevno nakupujejo, in kaj jih prepriča, da se odločijo za nakup novega živila. Zanimalo me je, ali so pri izbiri živila pozorni na njegovo kvaliteto, hranilne snovi, okus, ceno, blagovno znamko itd.

c) UPORABA/NEUPORABA INFORMACIJ O HRANILNI VREDNOSTI ŽIVILA

Poskušala sem ugotoviti, kdaj so udeleženci pozorni na informacije o hranilni vrednosti živila. Pri udeležencih, ki ne preverjajo informacij, sem hotela ugotoviti razloge, zakaj je to tako in v katerih situacijah bi informacije sploh preverjali. Zanimalo me je tudi, kdo po njihovem mnenju uporablja te informacije. S temi vprašanji sem skušala ugotoviti motive za uporabo/neuporabo informacij.

d) VIR INFORMACIJ

V tem sklopu sem spraševala udeležence, kje dobivajo informacije o hranilnih snoveh in kateri vir informacij se jim zdi najbolj verodostojen, kredibilen.

e) PREHRANSKE TRDITVE

Ker je vse več izdelkov na trgovskih policah opremljenih s prehranskimi trditvami in ker vse več ljudi posega po tovrstnih izdelkih, me je zanimalo, koliko so udeleženci pozorni na te trditve. Želela sem izvedeti, v katerih situacijah uporabljajo prehranske trditve, zakaj posegajo po teh izdelkih in ali preverjajo prehranske trditve z informacijami o hranilni vrednosti živila.

f) INFORMACIJE O HRANILNI VREDNOSTI ŽIVILA

V tem sklopu sem želela izvedeti, na kaj najprej pomislijo udeleženci fokusnih skupin, ko jim nekdo omeni informacije o hranilni vrednosti živila, pri katerih živilih preverjajo informacije, katerim hranilnim snovem namenjajo največ in najmanj pozornosti, ali bi želeli, da bi bile informacije predstavljene na 100 g ali na priporočeno porcijo in če morda vedo, kakšen je priporočeni dnevni vnos posamezne hranilne snovi. Poleg vprašanj o informacijah o hranilni vrednosti živila sem v to kategorijo vključila tudi kratek preizkus znanja, ki sem ga analizirala še s pomočjo opomb, ki sem jih zabeležila med skupinskimi intervjuji. Pri tem sem poleg mimike obrazov udeležencev skrbno opazovala tudi, katero obliko informacij so sodelujoči uporabili, koliko je bilo tistih, ki so z danimi informacijami ugotovili, za kakšno vrsto živila gre, koliko se jih je samo strinjalo z ugotovljenim itd. Opombe sem po koncu fokusnih skupin uredila v smiselno celoto.

Za preizkus sem izbrala dve živila: čokoladne piškote Domačica, ki spadajo v kategorijo manj zdravih živil, in sadni jogurt LCA, ki spada med bolj zdrava živila. Z obeh živil sem prepisala tabelo o hranilni vrednosti. Pri piškotih so bile informacije predstavljene na način ameriškega »nutrition facts«, pri jogurtu pa so bile informacije podane v obliki, ki je večinoma prisotna na slovenskem in evropskem trgu. Moj namen je bil ugotoviti, katera oblika informacij je udeležencem bolj razumljiva in enostavnejša za uporabo. Prav tako sem pri piškotih razdelila udeležencem informacije na 100 g izdelka in na priporočeno porcijo. S tem sem skušala raziskati, katero obliko informacij bodo udeleženci uporabili pri preizkusu. Najprej sem jim razdelila informacije o hranilni vrednosti za piškote Domačica. Ko so si udeleženci pogledali te informacije, sem jih vprašala, za katero vrsto izdelka bi lahko šlo in zakaj. Ko smo končali z obravnavo teh informacij, sem jim razdelila še list z informacijami o jogurtu LCA, pri tem sem bila še posebej pozorna, na kakšen način so udeleženci uporabljali te informacije. Zanimalo me je, ali so udeleženci znali ovrednotiti prehranski profil živila zgolj na podlagi informacij, ki so se navezovala na jogurt LCA, ali so to lahko storili šele po primerjavi z informacijami, ki so se nanašale na piškote Domačica. Želela sem raziskati, na kakšen način udeleženci uporabljajo te informacije, na kaj se osredotočijo pri branju teh informacij in kaj je tisto, kar jim povzroča največ težav. Vse tabele so v prilogi.

g) PREDLOGI ZA IZBOLJŠAVO INFORMACIJ

Želela sem izvedeti, ali so udeleženci zadovoljni z informacijami na živilih v sedanji obliki. Spraševala sem jih tudi o predlogih za izboljšavo informacij oziroma na kakšen način bi morale biti informacije predstavljene, da bi jih pritegnile.

h) PREVENTIVNE KAMPANJE

Zanimalo me je, ali so udeleženci zasledili kakšne preventivne zdravstvene kampanje, ki jih ozaveščajo o povezanosti zdravja in prehrane. Pri tem sem skušala ugotoviti, ali jih je sporočilo kampanje prepričalo in kako se je to odražalo pri njihovih prehranjevalnih navadah.

5. DEMOGRAFSKE ZNAČILNOSTI UDELEŽENCEV RAZISKAVE

V analizo sem vključila 20 odstotkov moških in 80 odstotkov žensk. Raziskovalnega problema sem se lotila z dveh vidikov. Najprej sem želela raziskati, kakšen vpliv ima starost potrošnikov na uporabo informacij o hranilni vrednosti. Drugi vidik pa so bile razlike med uporabniki in neuporabniki informacij o hranilni vrednosti živila. V ta namen sem izvedla dve fokusni skupini, v kateri je sodelovalo po sedem udeležencev, ki sta imeli predstavnike obeh spolov in so pripadali starostni skupini od 22 do 30 let. V obeh skupinah so bili zastopani uporabniki in neuporabniki informacij. V tretji fokusni skupini pa je sodelovalo 6 žensk, ki so pripadale starostni skupini od 35 do 60 let in so bile vključene tako uporabnice kot neuporabnice. Vsi udeleženci so prihajali iz različnih koncev Slovenije, vendar zaradi službe ali študija večino tedna preživijo v Ljubljani. Devet udeležencev je imelo višjo ali visoko izobrazbo, en udeleženec končano gimnazijsko izobrazbo, drugih deset udeležencev pa so bili študentje. Malo manj kot polovica jih je bila zaposlenih za polni delovni čas.

Tabela 5. 1: Demografske značilnosti udeležencev raziskave

SPOL	
Moški	4
Ženski	16
STAROST	
od 22 do 30 let	14
od 35 do 50 let	2
od 50 do 60 let	4
PREBIVALIŠČE	
Ajdovščina	1
Celje	1
Cerknica	2
Kranj	1
Ljubljana in okolica	14
Škofja Loka	1
IZOBRAZBA	
4-letna srednja šola	11
višja, visoka strokovna šola ali več	9
ZAPOSLITVENI STATUS	
študent/-ka	10
zaposlen/-a za polni delovni čas	9
upokojen/-a, delovno aktiven/-a	1

6. IZSLEDKI

6.1 POTROŠNIKOVE PREHRANJEVALNE NAVADE

Udeleženci raziskave večinoma namenjajo prehrani v vsakdanjem življenju le malo pozornosti, lahko bi celo rekli, da imajo bolj pragmatičen odnos do prehranjevanja. Največkrat pazijo na prehrano le v situacijah, ko to morajo zaradi osebnih zdravstvenih težav ali zaradi zdravstvenih težav njihovih ožjih družinskih članov, zaradi povišane telesne teže, zaradi športnih udejstvomaj ali zaradi specifičnih prehranjevalnih režimov, kot npr. vegetarijanstvo. Želijo si, da bi imeli lahko vsak dan vsaj en topel obrok, čez dan razporejene obroke in uravnoteženo prehrano. To jim večkrat ne uspe zaradi pomanjkanje motivacije, samodiscipline ali časovnih omejitev. Večina udeležencev ni izpostavila kakšnih posebnih prehranjevalnih režimov. Omenjali so, da zmerno uživajo mesne izdelke, večje količine sadja in zelenjave in čim manj maščob, sladkorja, soli oziroma težijo k temu, da se prehranjujejo bolj ali manj zdravo, čeprav se obenem tudi večkrat pregrešijo. Menijo, da je danes največji problem prehranjevanja dejstvo, da zaužijejo naenkrat prevelike količine hrane. Uporabniki informacij o hranilni vrednosti živila so še zlasti pozorni na informacije o prisotnosti umetnih dodatkov v hrani, kot so aditivi (E-ji), arome in konzervansi. Razlog za potrošnikovo zaskrbljenost je najverjetneje v tesni povezanosti z medijskim poročanjem o škodljivih posledicah, ki jih ima prisotnost teh dodatkov v živilu na naše zdravje. Iz tega je možno sklepati, kar je skladno z ugotovitvami drugih avtorjev, da ljudje rangirajo tveganja, povezana s prehrano, bistveno drugače od strokovnjakov, ki najvišje uvrščajo tista tveganja za človekovo zdravje, ki so posledica nepravilne prehrane oziroma zaužitja prevelikih količin maščobe, sladkorja in soli. Iz raziskav je razvidno, da ljudje najvišje ocenjujejo tista s prehrano povezana tveganja, ki so povezana z intenzivno uporabo kemikalij, z ostanki pesticidov v hrani, z umetnimi dodatki kot so aditivi itd. (Sellerberg v Beardsworth in Keil 1997: 162). Ljudje poudarjajo ena tveganja in zanemarjajo druga, pri tem pa podcenjujejo tista, ki so dozdevno pod njihovim nadzorom (Kirn 1995: 213).

Lupton (1996: 83) ugotavlja, da je razpoloženje posameznika pogosto odvisno od uživanja določene vrste hrane. Občutek depresije, nesrečnosti in zaspanosti je tesno povezan z uživanjem nezdrave hrane in obratno. Podatki so potrdili ugotovitve raziskovalcev, da posamezniki s prehrano povezujejo svoje fizično in psihično počutje. Zaužitje hrane, ki jo

imajo za »zdravo«, povezujejo z občutki lahkosti, čistosti, z zadovoljstvom s samim seboj, boljšim počutjem ipd., medtem ko se po zaužitju težje, mastne, bolj kalorične hrane počutijo slabo na različne načine. Tak način povezovanja prehrane in počutja je še zlasti značilen za mlajše osebe.

»Ker če jem v Mc'Donaldsu, sem še bolj nesrečen, kot pa če ne bi jedel. Ker je čuden futer. Brez okusa« (Maj, 24 let, programer).

»Če se pa kdaj slabše počutim, potem poskušam to na nek način uravnavat z zelenjavo, sadjem, karkoli« (Maja, 24 let, študentka).

»Drugač pa tist psihološki filing, če kaj lahkega poješ, si pol še zadovoljen sam s sabo« (Alenka, 24 let, študentka).

»Jaz pa o zdravem načinu življenja ogromno teoretično vem /.../; takrat, ko se tega striktno držim, čutim vse pozitivne posledice, da se počutiš res čistega, lahkega, da imaš en dober občutek« (Anja, 35 let, komunikologinja).

Razlika med uporabniki in neuporabniki teh informacij je razvidna pri tem, da neuporabniki skrb za zdravje povezujejo z redno telesno aktivnostjo in ne toliko s samim načinom prehranjevanja, medtem ko uporabniki menijo, da je zdrava prehrana neizogibno povezana s športnimi aktivnostmi.

»Jaz zdravo prehrano avtomatsko povežem tudi s športom. Se mi zdi, da se ne moreš zdravo prehranjevat, pa cel dan na kavču ležat. To ne gre skupaj. Zdi se mi, da je šport tle dost pomemben. Pol pa če ful športiš, da bi pa zdej ful nezdravo jedel, pa tud ne gre, ker ne moreš iti pol laufat« (Alenka, 24 let, študentka).

Razvidno je, da so ljudje ozaveščeni o povezanosti prehrane in zdravja, ki se je vzpostavila skozi nutricionistični in biomedicinski diskurz. Zaradi skrbi za zdravje prevzemajo nadzor nad prehrano s tem, da izbirajo hrano na podlagi njene nutrine kakovosti ter se odrekajo hrani, ki ji dajejo prednost zaradi okusa (Lupton 1996: 80), oziroma kot pravi ena od udeleženk:

»Ta kruh črn, k je grenk. Enim ljudem sploh ne paše, ker je tako moderno in moraš kar to kupit in pojest. In tudi če si doma in narediš »fuj«, kaj jaz to jem. Sem pač moreš jest, ker je to trendy« (Barbara, 27 let, profesorica angleščine).

Zlasti neuporabniki informacij zdravo prehranjevanje povezujejo zgolj s situacijami, ko ima oseba zdravstvene težave, kar pomeni, da so mlajši potrošniki v svojem delovanju proaktivni in ne preventivni.

»Ko pa problem dobiš, potem pa začneš malo razmišljat. Ko si pa zdrav, te pa ne briga« (Miha, 23 let, študent).

Večina udeležencev misli, da je glavni vzrok za neupoštevanje smernic zdravega načina prehranjevanja pomanjkanje volje.

»Za zdravo prehrano rabiš več časa, volje. Po navadi pridem domov ful lačen in nimam volje, da bi čakal še eno uro in pol, da se mi bo nekaj pametno skuhalo« (Matjaž, 26 let, ekonomist).

Eden od razlogov je tudi fatalistični pogled na prehranjevanje, saj se strokovni nasveti in priporočila glede zdrave prehrane ne ujemajo vedno z njihovimi izkušnjami ali z izkušnjami njihovih bližnjih.

»Oče ima zdravstvene težave, ker ima vsega preveč, holesterola, čeprav je sam zelenjavo, pa zdravo. Mami po drugi strani izključno je klobase in sladkarije in ko je bila na zdravniškem pregledu, je imela rezultate idealne. To je čisto od posameznika odvisno, kar telo potrebuje« (Alenka, 24 let, študentka).

Neupoštevanje prehranskih nasvetov je lahko tudi posledica posameznikove ocene, da prehranjevanja ne more spremeniti zaradi zunanjih, od njega neodvisnih dejavnikov. Eden izmed udeležencev je omenil, da mu predstavlja veliko ovira okolica, kajti če se vsi okrog njega nezdravo prehranjujejo, se tudi sam ne more zdravo prehranjevati.

»Če doma živiš, ni problem samo to, da imaš doma piškote, ampak problem je v tem, da so starejši ljudje navajeni drugače jest, večinoma ne glih zdravo. Ne moreš ti tam edini brokoli

jest oz. noben ti ne bo kuhal sam zate. Jaz pa nimam cajta si sam kuhat« (Maj, 24 let, programer).

Udeleženci, predvsem študentje, so med razloge, zakaj za zdravje ne skrbijo dovolj, med drugim izpostavili tudi visoko ceno zdravih živil.

»Men je pa ful ironija zadeve, da na eni stani ful oglašujejo zdravo hrano, na drugi strani pa je ta hrana tako draga. Jaz nima dnarja, da bi za sojino mleko dala 500 sit, si ne morem privoščiti« (Petra, 24 let, študentka).

Vsi moji sogovorniki so bili seznanjeni z osnovnimi pravili prehranjevanja, ki naj bi bilo zdravo po trenutno veljavni medicinski doktrini. Enako sta ugotovili tudi Tivadar in Kamin (2005) v intervjujih s srednješolci. Večina je takoj dobila asociacijo na prehransko piramido. Zdrava prehrana za njih pomeni zaužitje velike količine sadja in zelenjave, pestrost in uravnoteženost živil ter tudi, da za zdravje ni toliko pomembno, kaj ješ, temveč, da ješ vse po malem oziroma tisto, kar telo potrebuje v tistem trenutku. Ti podatki potrjujejo ugotovitve raziskovalcev, da je narava prehranjevalnih praks dvojna. Posameznikovo prehranjevanje zaznamuje razpetost med zdravjem in užitkom (Tivadar 2001: 223; Lupton 1996: 83). Veliko jih zdravo hrano povezuje tudi z ekološkimi živili, ki ne vsebujejo pesticidov, pri katerih se ne uporabljajo umetna škropila in gnojila oziroma zdravo je vse, kar je prišlo z »domačega vrta«. Menijo, da smo še predobro informirani o tem, kako naj bi se moral človek zdravo prehranjevati. Pretirano agresivnost apelov in nasvetov udeleženci občutijo kot poskus spreminjanja njihovega življenjskega stila. Trditev ene od udeleženk še zlasti kaže na to, da smo, kljub zavedanju intenzivnih pritiskov oglaševanja, ponotranjili to, kar naj bi se v naši družbi štelo za »zdravo« in nezdravo«. Odstopanje od družbeno sprejemljivih načinov prehranjevanja je pri udeležencih v tesni povezanosti z občutkom krivde v primerih, ko posežejo po bolj kaloričnih, nezdravih živilih.

»Se počutiš krivega, ker nezdravo prehrano ješ. Ješ preveč ocvrtih stvari, sladkarij...se potem mal krivo počutiš« (Nadja, 24 let, študentka).

6.2 ODLOČITEV ZA NAKUP VSAKODNEVNIH IN NOVIH ŽIVIL

Udeleženci raziskave se za živila, ki jih vsakodnevno kupujejo, največkrat odločijo na podlagi izkušenj, ker so navajeni na določen okus živila. Vendar je okus v tesni povezanosti z določeno blagovno znamko, ki je preverjena in ji zaupajo. Eden izmed udeležencev je dejal:

»Men je najbolj pomembno, da je dobro. Če kupuješ majonezo, boš valda kupil Helmans, kot pa neko drugo znamko« (Maj, 24 let, programer).

Z industrializacijo prehranskega sistema se je proizvodnja in predelava hrane oddaljila od potrošnika. Ljudje smo danes samo še potrošniki hrane, kar pomeni, da večinoma nimamo nadzora nad procesom njene priprave, ne moremo več opazovati in nadzorovati, ne poznamo več porekla hrane in vse manj vemo, kaj jemo. To vodi v prepričanje, da hrana, ki jo zaužijemo, vsebuje neznane snovi in ima neznane lastnosti, kar posledično vodi v izgubo zaupanja (Fischler v Beardsworth in Keil 1997: 158). Ljudje zato postajajo vedno bolj pozorni na informacije o državi, v kateri je bilo živilo izdelano. To je verjetno tudi posledica medijskega poročanja o tretjerazrednih živilih, ki naj bi domnevno prihajala iz držav srednje in vzhodne Evrope (npr. iz Poljske). Večina udeležencev meni, da se prej odločijo za izdelek slovenskega proizvajalca, ker mu zaupajo in ne dvomijo v kakovost njegovih izdelkov. Višja stopnja zaupanja v slovenske proizvode je morda tudi posledica razširjenosti nacionalizmov in tradicionalizmov, iz katerih izvira predsodek o domači zdravi hrani (Skušek v Kamin in Tivadar 2003: 898). Odločanje za slovenske izdelke lahko iz tega vidika razumemo kot posameznikovo potrebo po osebni samoupravljanju s tveganji, saj verjame, da je hrana resnično zdrava, če ima občutek, da ve, na kakšen način je bila proizvedena. Ena izmed udeleženk je razmišljala takole:

»Jaz kr gledam na znamko. Določeni proizvajalci so mi relativno bližje kot drugi. Recimo, da ful gledam na to, če imaš kakšne piškote na voljo, eni so iz Poljske, drugi pa so nemški. Preprosto vzameš nemške, kljub temu, da ni nujno, da so boljši. Tu so neki predsodki« (Maja, 24 let, študentka).

V tesni povezanost z medijskim poročanjem je tudi problematiziranje umetnih dodatkov v živilih. Še zlasti je pri potrošnikih izpostavljeno preverjanju E-jev v določen izdelku.

» /.../ jaz pogledam, kok je tistih E-jev, niti slučajno si nisem zapomnila, kateri so dobri /.../, jaz jih štejem. Preštejem kolk je E-jev. Manj ko jih je, boljš je« (Suzana, 42 let, ekonomistka).

Izpostavljena dejavnika, ki vplivata na njihovo odločitev o nakupu določenega živila, sta bila barvitost embalaže in nizka cena. Glede nizke cene so bila mnenja deljenja, nekdo bi se odločil za določeno živilo prav zaradi nizke cene, spet drugega nizka cena prej odvrne od nakupa, ker podvomi v kakovost tega živila. Poglejmo si primere:

»Tist proizvajalec, ki da že na embalažo neki, se pravi je že mal višji, kot če bo pa neki s flumastrom narisal, je logično, da ne bo dobro« (Jaka, 28 let, računovodja).

»Če pa vidm kakšne ful pocen stvari, pa jaz ful podvomem v kvaliteto. V Hoferu k so bli jogurti po 30 sit, jaz ga ne bi jedla. Ne vem zakaj, je vseeno prepocen, da bi bil po mojem fin« (Petra, 24 let, študentka).

»Da me znižana cena prej odvrne, kot pritegne. Pol mam kup pomislekov, zakaj, al je že rok potekel, al zakaj je pa to znižan, nekaj že ni v redu. Enostavno ne kupim, mogoče ga polomem, ne vem« (Darja, 52 let, finančni analitik).

»Če videm kakšno drastično cenejš stvar, pol jo kupim in probam /.../, jo pa sigurno probam. /.../ K si mislim tuki bi lahko prišparal« (Miha, 23 let, študent).

Cena je pomembna predvsem pri izdelkih, ki spadajo v višji cenovni razred.

»Če kupuješ zdrave izdelke, jaz gledam vseeno na ceno. Tipičen primer je sojino mleko. Mercatorjevo je 600, Šparevo je 300, pa ima okus isti. Za take mal dražje stvari tud na ceno pogledam« (Alenka, 24 let, študentka).

Starejše potrošnice so pri nakupu živil še posebno pazljive na prehranske trditve, še zlasti na tiste, ki jih informirajo o odstotku maščobe, ki ga določeno živilo vsebuje.

Udeleženci raziskave se največkrat odločijo za novo živilo na podlagi oglasa, embalaže ali po priporočilu prijateljev, sorodnikov ali znancev, večina tudi zaradi želje po eksperimentiranju, po spremembi. Mlajše potrošnike prepriča v nakup novega živila primerjava med izdelki.

Živilo, ki so ga do sedaj uporabljali, zamenjajo z novim, ker vsebuje ali manj maščob ali manj sladkorja oziroma je manj kaloričen. Poglejmo si primer:

»Jaz zmeraj probam kako lažjo varianto stvari. Majoneza mi je klasični primer. Jaz sem probal lahko majonezo, pa mi je okus isti, zato to kupujem. /.../ Velikokrat pogledam pri omakah, koliko ima na 100 g kalorij, pa vzamem tisto, ki jih ima manj, pa če mi je dobra, bom mogoče raj tisto kupoval« (Matjaž, 26 let, ekonomist).

6.3 UPORABA/NEUPORABA INFORMACIJ O HRANILNI VREDNOSTI ŽIVILA

Udeleženci velikokrat povezujejo uporabo informacij o hranilni vrednosti živila z obdobji nadzora telesne teže. To je v tesni povezanosti tudi s tem, da so udeleženci najpogosteje uporabljali te informacije zgolj v tovrstni situaciji, vendar ostane skrb za ustrezno telesno težo marsikdaj le pri številu kalorij. Uporabniki preverjajo te informacije tudi zaradi zdravstvenih težav ali ker sledijo določenemu prehranjevalnemu režimu ter pri športnih aktivnostih. Poglejmo, kako razmišljajo udeleženci:

»Pa uni, ki imajo zdravstvene težave. Men je zelo važen, da je velik vlaknin, sem imela v preteklosti težave s prebavo in mi je to zelo pomagal« (Tjaša, 24 let, študentka).

»Če kupiš kaj novega, potem vržeš en uč. Jaz npr. če grem zase kupovat, načeloma niti ne gledam /.../, če grem pa za mojega očija kupovat, ki ima zdravstvene težave, takrat sem pa zelo pozorna, da ima tega manj, tega manj. Še posebej, če kupujem kaj novega« (Alenka, 24 let, študentka).

»Jaz sem imel nekoč 20 kg manj, ker sem pač gledal samo, kolk imajo te stvari ogljikovih hidratov in cukra. Takrat sem to ful gledal, celo deluje. Pol pa zmanjka cajta, pa kruh je ful dober« (Maj, 24 let, programer).

»Samo takrat, ko pazim na težo, mi je to pomembno, drugač pa ne. To je bilo vedno takrat, ko sem uravnavala težo in nisem imela nobenih drugih težav« (Anja, 35 let, komunikologinja).

Še zlasti tisti udeleženci, ki so začeli paziti na prehrano zaradi zdravstvenih razlogov, menijo, da so sprva bili zelo pozorni na informacije, kasneje pa so že spontano posegali po bolj zdravih izdelkih in pripravljali živila na način, ki je njihovemu zdravju prijaznejši. Zdrav način prehranjevanja je postal s časom del njihovega življenjskega stila.

»Začel se je z moževo boleznijo, potem pa moram reč, ko enkrat prakticiraš pol leta, intenzivno paziš na to, ti pa to v podzavest pride. Potem ne paziš več na to, potem se začneš tako obnašat. Bolj zdravo kupovat in kuhat in jest in si sploh ne postavljaš več vprašanj, al je treba mal manj solit al več solit, ker veš, da moraš manj solit, da ne smeš tolik maščob

uporabljat /.../ avtomatsko začneš določene stvari črtat, določene stvari dopuščaš, ampak jih kontroliraš, ko jih uporabljaš, določene stvari pa ješ v neomejenih količinah in potem sploh ne razmišljam več o tem» (Suzana, 42 let, ekonomistka).

Zlasti mlajši potrošniki uporabljajo informacije, ko primerjajo med seboj ista živila, le redkokdaj pri primerjavi različnih živil, predvsem v situacijah, ko se odločijo za nakup novega živila. Takrat pogostokrat primerjajo živilo, ki so ga uporabljali do sedaj, z novim živilom in na podlagi te primerjave sprejmejo odločitev. Poglejmo si dva primera:

»Če greš v trgovino in imaš pol ure za malco časa. Pol prideš tja in kaj bom zdej jedel. Najlažje je čokolada, piškoti, žemlja. Pol se zalotim, da gledam, kaj se mi bolj splača. Al bom zdej en jogurt al bom eno čokolado in pol primerjam. In na koncu vidiš, da on jogurt v bistvu sploh nima toliko manj cukra kot una čokolada, pol oboje kupem« (Alenka, 24 let, študentka).

»Jaz gledam kalorije predvsem iz radovednosti, da dobim filing, približno 100 g čokolade ima 550 kalorij, 100 g makaronov imajo 330 kalorij. Da imam mal filinga med samimi živili. /.../ Ne pogledaš to vedno, ko greš v trgovino, temveč takrat, ko hočeš nekaj novega probat, pol če že, pol primerjaš s starim al pa primerjaš, ne vem, če si do zdaj kupal jajčne testenine, pa hočeš videt kakšna je prednost polnozrnatih, pa pogledaš vse polnozrnatih, da bo vsaj nekaj efekta« (Matjaž, 26 let, ekonomist).

Primerjava izdelkov je najpogostejši način uporabe teh informacij pri vsakodnevnih prehranjevalnih navadah med potrošniki. Zgoraj navedena trditve potrjuje rezultate raziskave, opisane v teoretičnem delu.

Glavni razlog za neuporabo informacij je v pomanjkanju interesa. Potrošniki, ki ne preverjajo teh informacij, bi te preverjali zgolj v situacijah, ko bi imeli določene zdravstvene težave (povišanje ravni holesterola, sladkorna bolezen itd.). Za njih informacije o hranilni vrednosti ne predstavljajo del preventivnega delovanja, s katerim bi lahko v prihodnosti prispevali k zmanjšanju tveganja za nenalezljiva kronična obolenja.

»Takrat k si zdrav, ti itak nič ne manjka. Ko zboliš, takrat pa se mal začneš zavedat, in če bi bilo res dokazano, da imaš zaradi tega preveč holesterola ali česar koli, potem bi pazil na to.

Ali sladkorno ali pa te stvari. Če bi imel probleme s težo, pol bi se dal rekreirat, ne pa pazil na prehrano. Taka je moja logika. Prisegam na šport» (Miha, 23 let, študent).

»Velika večina, ki uravnava težo, po mojem gledajo. Jaz bi se po mojem tud bolj na šport vrgla. Mogoče bi pojedla eno tortico manj na dan, to bi bilo pa tud vse. Ne vem pa, če bi se spuščala v neke hranilne vrednosti« (Barbara, 27 let, profesorica angleščine).

Za starejše potrošnike predstavlja veliko oviro pri branju teh informacij majhen format besedila in številke, v katerem so napisane.

Udeleženci menijo, da so osebe, ki uporabljajo te informacije, ljudje z zdravstvenimi težavami, športniki, glavni nakupovalec v družini in osebe, ki pazijo na svojo zunanjo podobo, predvsem na telesno težo (v to kategorijo sodijo večinoma ženske, najstnice). To predvsem kaže na to, da so informacije o hranilni vrednosti še vedno daleč od vsakdanjih prehranjevalnih praks in da v veliki meri ne služijo za pripravo bolj kakovostnih in hranilnih obrokov.

6.4 VIR INFORMACIJ

Potrošniki, ki ne uporabljajo teh informacij, jih niti ne iščejo in tudi niso pozorni nanje. V primeru, da bi le pokazali interes, bi najprej poiskali te informacije v medijih, še posebej so izpostavili internet. Ostali udeleženci pa pridobivajo znanje iz različnih revij, zlasti iz tistih, ki objavljajo članke o zdravem načinu življenju (Viva, Cosmpolitan, Dnevnikova priloga Moje zdravje...). Eden izmed problemov, ki ljudi odvrča od uporabe teh informacij, so tudi nasprotujoča si mnenja in spoznanja o tem, kaj naj bi bilo zdravo, in kaj ne. Posamezniki tega ne razumejo kot napredek znanosti, temveč menijo, da je vsako živilo lahko tudi škodljivo, zato ostajajo pri hrani, ki so je vajeni (Tivadar in Kamin 2005: 6).

»Doma imamo revijo Viva, ki te itak bombardirana z zdravo prehrano in zdravim načinom življenja. Nekaj časa še bereš, potem en članek spodbija drugega in se ti zdi totalno trapasto, k v enem članku so raziskal, da je ananas ful dober, v drugem pa je totalno zanič. Mislm, pa ista revija. Tko da se ti to sploh ne da več brat« (Petra, 24 let, študentka).

»Zaradi teh kontradiktornih informacij prebereš in v naslednjem trenutku pozabiš na to, kaj prebereš in potem prebereš nekaj novega. Na koncu se držiš neke srednje poti, ker je najbolj enostavna oz. najbolj zihr. Glede na količino informacij ne moreš ocent, katera je res verodostojna in katera ni« (Maja, 24 let, študentka).

Prav zato ljudje najbolj zaupajo sebi, sledijo notranjemu občutku, kaj naj bi bilo po njihovem mnenju za njih dobro, zdravo, kar vedno ne ustreza smernicam zdravega prehranjevanja. Potrebna bi bila promocija vladnih/nevladnih institucij in strokovnjakov, ki bi bile med potrošniki bolj prepoznavne oziroma v katere bi zaupali. Rezultati so pokazali, da najbolj zaupajo tistim informacijam, ki jih pridobijo v zdravstvenih domovih (npr. različne brošure, plakati, kampanje) ali od zdravnika. Mediji, ki jih zaznavajo kot komercialne, so v njihovih očeh manj verodostojni vir informacij.

»Moja mami dela v bolnici, pa nosi domov doskrat te prospekte o hrani iz bolnice. Verjamem tistem, kar piše tam not. Pa tist, kar na nacionalni TV rolajo. Posebno če to pove kakšen zdravnik, ne pa nek alternativni medicinc« (Maj, 24 let, programer).

6.5 PREHRANSKE TRDITVE

Živilo s prehransko trditvijo veliko udeležencev povezuje z okusom, nekateri posežejo po njih prav zaradi tega, ker jim je okus prijetnejši, druge pa ravno to odvrača. Poglejmo si primere:

»Men je čist po okusu. Določeni izdelki mi dejansko bolj sedejo, da so lažji, Tamar mam raj 1,6, boljš mi je, manj mi je masten, če dam zraven še zelenjavo, mi pride tako nekak lažji« (Tjaša, 24 let, študentka).

»Light jaz osebno povežem s tem, da je brez okusa in bolj vodeno. In zaradi tega men ne leži« (Miha, 23 let, študent).

»Skratka, bolj gledam pri mlečnih izdelkih, da je light, pa ne zaradi tega, ker bi bilo manj kalorij, ampak zato, ker mi okus mleka ni dober. Light mleko, ki je res kot voda, glih tok da je; ni močnega okusa, zato mi je všeč« (Alenka, 24 let, študentka).

Posežejo največ po prehranskih trditvah, ki so na mlečnih izdelkih (jogurti, skuta, namazi, siri) in sokovih. Po teh izdelkih posežejo že zaradi tega, ker je to najmanj, kar lahko storijo za sebe oziroma zaradi samega občutka, da so storili nekaj dobrega zase. To kaže na to, da ljudje v določeni meri vseeno delujejo preventivno, ko se zavestno odločijo, da kupijo tovrstno živilo. Še zlasti starejše potrošnice poudarjajo, da posežejo po teh izdelkih iz preventivnih razlogov.

»Saj to je to. Pol se ne počutim, da se čemu odrekam. Če je okus enak, pol bom izbral tisto, kar je manj škodljivo. To je v bistvu najmanj, kar lahko naredim. Najlažje je to naredit, tud če je mal dražje« (Matjaž, 26 let, ekonomist).

Uporabniki informacij so še zlasti pozorni na prehranske trditve, ko se odločajo za nakup novega živila oziroma kot meni ena izmed udeleženk:

»/.../ razen če pride na tržišče kaj novega in je to izredno oglaševano, potem mi pri nakupu tega novega izdelka vsekakor pomaga prehranska trditev. Če se ne morem odločiti, ali bi ta izdelek probala ali ne, me prepriča prehranska trditev« (Alenka, 24 let, študentka).

Prav zaradi zavajajočih prehranskih trditev proizvajalcev, ki so na svojih izdelkih oglaševali določene domnevne prednosti izdelka, potem pa se je izkazalo, da je bilo to značilno tudi za vse konkurenčne izdelke, potrošniki izražajo dvom v resničnost teh trditev. Menijo, da gre pri tem le za marketinško strategijo, s katero skušajo proizvajalci povečati prodajo.

»Bolj tko, tko, k to je samo zavajanje. Glih tam na margarini sem enkrat bral, brez holesterola. Pa je rastlinskega izvora, ki itak nima holesterola« (Jaka, 28 let, računovodja).

Zanimivo je tudi, da menijo, da so določeni izdelki s prehransko trditvijo (npr. največkrat je bil omenjen jogurt) prej škodljivi kot zdravi za telo. Po njihovem mnenju je tem izdelkom dodano več umetnih snovi (E-jev) in sladkorja, zato se jim zdi bolj zdravo poseči po izdelku, ki ima večji delež maščobe, vendar je prisotnost umetnih dodatkov manjša. Udeleženci so o tem razmišljali takole:

»Jaz se vsemu temu izogibam. Vsem jogurtom, k piše light gor, vsem mlekom, ki piše gor ne vem kaj 0,5 /.../ se mi zdi več ali manj sam blamaža, pa dodatkov je več not. Se mi zdi velik bolj naravno normalen jogurt polnomasten, kot pa tist. Potem pogledaš dietni jogurt, pa z manj maščob, pa ima ogljikovih hidratov ful več« (Nadja, 24 let, študentka).

»Zato, če mal na tiste nalepke pogledaš, potem je tistih E in aditivov tolik notr, da sigurno ne odtehtajo tistega light, ki gor piše. Jaz mislim, da je velik bolj škodljivo vse tist, kar zraven notr dajo, da je light, ali ven vzamejo, da je light« (Suzana, 42 let, ekonomistka).

Večina udeležencev ne preverja prehranskih trditev z informacijami na živilih, kar kaže na paradoks, da na eni strani dvomijo o resničnosti teh trditev, na drugi pa nikoli ob nakupu ne preverjajo teh trditev.

Starejšim potrošnicam, ki imajo težave z vidom, je takšna oblika informacij priročna zaradi velikosti napisa teh trditev, ki jih opozori na to, da je izdelku dodana ali odvzeta določena hranilna snov.

Večina udeležencev je v pretežni meri pozorna zgolj na tiste izdelke, ki nosijo prehranske trditve o manjši vsebovanosti določene hranilne snovi, kar potrjuje ugotovitve drugih

avtorjev, da med potrošniki vlada večje zanimanje za »slabe« kot pa za »dobre« hranilne snovi.

Če se jim zdijo prehranske trditve smiselne, posežejo po tem živilu in ga poskusijo. V kolikor so z okusom zadovoljni, ostanejo pri tem izdelku. Prehranske trditve so zaradi enostavnega načina opozarjanja na izdelke, ki so obogateni ali osiromašeni z določeno hranilno snovjo, v pomoč potrošnikom, da izbirajo bolj kakovostna in zdravju prijaznejša živila. Prav zaradi tega je potrebno zakonsko regulirati predpisovanje prehranskih trditev, katerim bodo potrošniki verjeli in jim zaupali. Primer takšnega označevanja so živila z oznako varovalno živilo (stilizirano srce) oziroma kot pravi ena od udeleženk:

»Jaz pa srček vedno opazim. To je nek simbol, ki je bil dan od Inštituta za varovanje zdravja, in naj bi nekaj pomenil. Mogoče več kot marketinško potezo« (Mija, 24 let, študentka).

6.6 INFORMACIJE O HRANILINI VREDNOSTI ŽIVILA

Udeleženci največkrat preverjajo informacije o hranilni vrednosti na mlečnih izdelkih, sokovih, kosmičih, marmeladah, (napol)pripravljeni hrani ter na izdelkih, ki spadajo v kategorijo manj zdravih živil (npr. slani prigrizki, sladkarije).

Največ pozornosti udeleženci namenjajo negativnim hranilnim snovem, npr. kalorična vrednost živila, maščobe in sladkor, kar je v tesni povezanosti z razlogi, zakaj gledajo te informacije (nadzor telesne teže, športne aktivnosti...). Predvsem osebe, ki morajo zaradi določenega razloga paziti na vnos določenih snovi, so bolj pozorne tudi na pozitivne hranilne snovi, kot so vlaknine, beljakovine, vitamine, kalcij, železo itd..

»Maščobam in sladkorjem. Glede teh vem, da so v preveliki meri škodljive. O drugih hranilnih snoveh bolj malo vem« (Nina, 24 let, študentka).

»Recimo, tu sem opazila še železo. To izhaja čisto iz zdravstvenih težav. Ker sem pač imela pomanjkanje železa, sem pozorna na te zadeve, kje je več in to. Pa vlaknine. /.../ Najbolj sem pozorna na ogljikove hidrate in maščobe« (Tjaša, 24 let, študentka).

Večina uporabnikov teh informacij je pozorna zgolj na dve do tri hranilne snovi, največkrat na kalorije, maščobo in sladkor. Kot razlog, zakaj ne uporabljajo tudi drugih hranilnih snovi, navajajo, da imajo premalo znanja oziroma nimajo predstave o referenčni vrednosti določene hranilne snovi ali ne čutijo potrebe, ker se še ne soočajo z zdravstvenimi težavami.

»Premalo znanja imamo, da bi si neko sliko zgradili, da bi lahko vedeli, ali je to res maksimalno dobro« (Barbara, 27 let, profesorica angleščine).

»Res je, da ene stvari niso pač tolik poudarjene. Jaz ne vem, kolk natrija moram na dan pojest« (Maj, 24 let, programer).

Večina udeležencev ima prvo asociacijo na kalorije, kar pa ni presenetljivo, saj je najbolj izpostavljen vidik informacij o hranilni vrednosti živila prav njegova kalorična vrednost.

Kratek preizkus znanja je pokazal, da so v vsaki fokusni skupini ugotovili, predvsem na podlagi kalorične vrednosti živila, da gre v prvem primeru za živilo, ki spada v nezdravo kategorijo, v drugem primeru pa za bolj zdravo živilo. Udeleženci, ki pogosteje preverjajo te informacije, so sklepali za kakšno vrsto živila gre, tudi na podlagi maščob in sladkorja. Poglejmo si primere:

»Čokolada. Ful ima kalorij na 100 g. To prvo opazim« (Matjaž, 26 let, ekonomist).

»Najprej pogledam ogljikove hidrate, sam tlele so mi maščobe butnile, ker jih je 40 %. Kar jih je pa ful. /.../ Tako da men to ful ne zgleda zdrav izdelek« (Petra, 24 let, študentka).

»Je ful ogljikovih hidratov. Men se zdi, da je cukrasto in mastno. To je nekaj junk« (Mija, 24 let, študentka).

»To je pa jogurt, 60 kalorij. Nizkokalorični, sadni, ker ima vlaknine in 1,3 maščobe, sladkorja ima kar veliko, ker je to sadni jogurt« (Suzana, 42 let, ekonomistka).

Ugotovila sem, da poznajo udeleženci referenčno vrednost le za kalorije, zato so na podlagi tega lahko tudi sklepali, za kakšno vrsto živila gre. Le peščica je imela dovolj znanja, da je na podlagi teh informacij ovrednotila prehranski profil živila, večina je to ugotovila, šele ko je primerjala med seboj informacije o teh dveh živilih. To pove, da imajo potrošniki premalo znanja, da bi lahko na podlagi informacij ocenili, ali je določeno živilo bogato ali osiromašeno z določenimi hranilnimi snovmi.

»Meni ta tabelica zdajle nič ne pomeni. Jaz, če bi imela recimo dve različni tabeli za isti primer, potem bi lahko kaj povedala« (Tjaša, 24 let, študentka).

Prav tako sem opazila, da imajo ljudje pomanjkljivo znanje o določenih hranilih snoveh (npr. natrij, nasičene maščobne kisline...), kar potrjuje ugotovitve dosedanjih raziskav, opisanih v uvodnem delu naloge. Na primer, za določeno hranilno snov (npr. natrij, nasičene maščobne kisline...) ne vedo, ali gre za »dobro« ali »slabo« hranilno snov. Pri tem pa ne obstajajo razlike med uporabniki/neuporabniki informacij.

» /.../ Katere so že škodljive? Nasičene ali nenasičene? /.../« (Matjaž, 26 let, ekonomist).

Oblika informacij, ki je bila predstavljena po ameriškem »nutrition facts«, jim je razumljivejša od oblike, ki je večinoma prisotna na slovenskih izdelkih. Prednost vidijo zlasti v tem, da je pri teh informacijah podan delež priporočenega dnevnega vnosa določene hranilne snovi. Spodaj navedene referenčne vrednosti za dnevni vnos posamezne hranilne snovi niso uporabili kot pomoč, ker jim niso bile razumljive. Verjetno je glavni razlog predvsem ta, da je takšna oblika pri nas vidna samo na malo izdelkih, zato ljudje še niso z njo seznanjeni in nimajo ustreznih veščin, kako te informacije uporabiti.

»Pri tej obliki (op. tabela 2) v bistvu ne veš nič. Tu pa (op. tabela 1) zveš vsaj, kolk je % dnevnega vnosa. Ti vsaj nekaj pove. Saj ni treba točno vedeti, kok je dober, da je maščob ali ogljikovih hidratov, ampak na hitro pa vržeš oči, al ima že 40 % dnevnega vnosa maščob. To je že mal velik. Se mi zdi to boljš« (Tjaša, 24 let, študentka).

Udeleženci (tako uporabniki kot neuporabniki teh informacij) so uporabili informacije o hranilni vrednosti na 100g živila, ker menijo, da imajo boljšo količinsko predstavo. To odkritje se mi zdi pomembno, ker niti eden od udeležencev ni dajal prednosti informacijam na priporočeno porcijo, rezultati večine raziskav pa kažejo ravno nasprotno. Menijo, da jim informacije na priporočeno porcijo koristijo le takrat, ko gledajo zgolj eno živilo, v primeru ko hočejo primerjati med seboj informacije o hranilni vrednosti različnih živil, pa se jim zdijo informacije na 100 g bolj koristne, saj imajo pri tem boljšo predstavo, za kakšno količino gre pri posameznem živilu.

»Oboje, če moram pa izbirat, na 100 g, ker maš bolj realno predstavo. Veš, da poješ 100 g špagetov, ne poješ pa 100 g čokolade. Imam to predstavo bolj, kot pa da ti oni določijo, poješ tolk in tolk špagetov« (Mija, 24 let, študentka).

»Serving size pri enem proizvodu si lažje predstavljaš, če hočeš pa na splošno pogledat, tole so arašidi, moka, piškoti, kruh, je boljš na 100 g, ker približno veš, kolk je nekaj kalorično« (Anja, 35 let, komunikologinja).

6.7 PREDLOGI ZA IZBOLJŠAVO INFORMACIJ

Udeleženci menijo, da imajo na razpolago zadostno količino informacij, vendar zaradi pomanjkljivega znanja o posameznih hranilih snoveh ali zaradi časovnih omejitev ne uporabljajo teh informacij kot pomoč pri vsakodnevem prehranjevanju. Želijo pa si informacije o tem, kolikšen delež priporočenega dnevnega vnosa po določeni hranilni snovi vsebuje živilo.

»Nimam predstave glede teh (op. referenčne vrednosti), prav zato bi mi daily value čist super, da bi se znala pol orientirat« (Tanja, 29 let, pravnica).

Menijo, da bi lahko proizvajalci z besedami opisali, koliko določen izdelek vsebuje določenih hranilnih snovi.

»Men je tud ta ideja zelo dobra. Mogoče, to je sicer čist utopično, da bi napisal, da na 100 g ima ena stvar tolik in tolik kalorij, da bi to označil, al je to zdaj velik ali mal. Jaz si niti ne predstavljam« (Alenka, 24 let, študentka).

Starejše potrošnice si želijo predvsem večjo velikost črk, saj imajo težave pri prebiranju teh informacij.

»Črke so majhne. Jaz še dobro vidim, pa že na momente po trgovini hodim, pa svetlobo iščem. Tako, da je čist vseen, al piše gor al ne, ker ne moreš prebrat« (Suzana, 42 let, ekonomistka).

Prav tako menijo, da so embalaže preveč barvite in agresivne, bistvene stvari pa so praktično nevidne. Želijo si tudi, da bi bile »dobre« hranilne snovi ločene od »slabih« z drugo barvo. Ena izmed udeleženk meni, da ji bi bile te informacije bolj razumljive, če bi bile predstavljene v obliki grafa.

»Men te številke ne povedo zadosti. Mogoče bi bilo lažje, če bi bila ona pita, graf, da bi si lažje predstavljala, pri številkah moraš zlo razmišljat« (Alenka, 24 let, študentka).

6.8 PREVENTIVNE KAMPANJE

Udeleženci so dovzetni za zdravstvene kampanje, tudi če so podprte s strani industrije. Še posebej mlajši potrošniki, saj so našli večino kampanj, ki so se pojavljale v preteklem letu (npr. kampanje za/proti rdečemu mesu – npr.: »Rdeče meso. Telo ga potrebuje!«, različne promocije, ki spodbujajo uživanje mleka, »5 na dan. Obarvajmo življenje«, linija izdelkov Zdravo življenje, ki so prijazni do zdravja, Actimel...) Zaradi nasprotujočih si kampanj, kjer ene govorijo v prid določenemu izdelku, spet druge ga prepovedujejo, se poraja med udeleženci dvom v kredibilnost teh kampanj oziroma, kot meni eden izmed udeležencev:

»Jaz kritično gledam na to, pojem tisto, kar mi paše, se ne oziram na to, ker vidim, da eni oglašujejo ene stvari, drugi pa čisto druge. Sploh ne moreš vedet, in vsem ne moreš verjet, vsi pa tudi ne lažejo. Neki na sredini je verjetno« (Miha, 23 let, študent).

Zaupanje v te kampanje je tudi odvisno od izdelka, ki ga promovirajo. Če se jim zdi določen izdelek že sam po sebi zdrav, potem ne dvomijo v te kampanje. Udeleženci ločijo med kampanjami, ki so podprte s strani proizvajalcev prehranskih izdelkov, in med tistimi, ki jih izvajajo vladne in nevladne institucije.

»Ločim med nekimi akcijami, ki jih izvaja Mercator in Inštitut za varovanje zdravja. Bolj zaupam neprofitnim organizacijam, ker jim ne gre za dobiček« (Maja, 24 let, študentka).

Nekaterim pa se kampanje, ki jih izvajajo trgovski kompleksi, ne zdijo sporne, tudi če za njimi stoji zgolj želja po dobičku. Menijo, da je prav, da tudi oni prevzemajo odgovornost do skupnosti, v kateri delujejo in tako prispevajo k izboljšanju zdravja prebivalstva. Poglejmo, kako razmišlja ena izmed udeleženk:

»Čeprav Mercator, mislim, da valda, da skrbi za svoj dobiček, ampak vsaka akcija, ki jo ima taka firma, je prav, da upošteva odgovornost do skupnosti, znotraj katere deluje. Se pravi, če promovirajo zdravje in zraven še kaj zaslužjo, to sploh ni tako sporno« (Alenka, 24 let, študentka).

Čeprav menijo, da so že dovolj ozaveščeni, imajo do teh kampanj pozitiven odnos, saj jih od časa do časa spomnijo oziroma opozorijo na zdravo prehrano. Poglejmo si primera:

»Pet na dan mene spomni, da moram jabko pojest. Opomni me, da imam tle nekje zadaj, da bi bilo pa fajn, če bi« (Barbara, 27 let, profesorica angleščine).

»/.../ Drugače me pa te kampanje opomnijo. Ko je bilo tisto kolo s sadjem, pač vsakič, ko greš mimo, ti pade v oči in se spomniš, da je pač pametno jest sadje. /.../ Je fajn, da te opomni tudi na kaj drugga, kot pa na gube« (Mija, 24 let, študentka).

Starejše potrošnice so prav tako naklonjene tem kampanjam, vendar menijo, da je tega še premalo, in si želijo, da bi bilo to bolj prisotno, še posebej v prostorih, kjer se vsak dan zadržujemo, in ne samo po zdravstvenih ustanovah, ko je že velikokrat prepozno.

7. SKLEP

Označevanje hranilne vrednosti živila z vidika varovanja javnega zdravja pred kroničnimi nenalezljivimi boleznimi predstavlja učinkovito orodje za izboljšanje neustrezne prehrane in prehranskih navad populacije. Z raziskavo, ki sem jo opravila kot del diplomske naloge, sem poskušala raziskati poznavanje in uporabo informacij o hranilni vrednosti živila med slovenskimi potrošniki. Po svetu je bilo opravljenih veliko raziskav na tem področju, pri nas pa se zdi, da je to področje, kljub velikem zanimanju za prehranske informacije med potrošniki, kar malo potisnjeno na stran. Namen moje raziskave je bil ugotoviti, na kakšen način potrošnik uporablja te informacije in kako to vpliva na njegove prehranjevalne navade.

Ugotovila sem, da udeleženci moje raziskave preverjanje informacij o hranilni vrednosti živila najpogosteje povezujejo z nadzorom telesne teže, čeprav ostane skrb za ustrezno telesno težo marsikdaj le pri štetju kalorij. Uporabniki preverjajo informacije tudi takrat, ko imajo zdravstvene težave ali zaradi zdravstvenih težav njihovih ožjih družinskih članov, zaradi športnih udeleževanj ali zaradi specifičnih prehranjevalnih režimov, npr. vegetarijanstvo. Na osnovi tega sklepam, da so informacije o hranilni vrednosti še vedno daleč od vsakdanjih prehranjevalnih praks in da v veliki meri ne služijo za pripravo bolj kakovostnih in hranilnih obrokov.

Glavni razlog za neuporabo informacij je v pomanjkanju interesa. Potrošniki, ki ne preverjajo teh informacij, bi te preverjali zgolj v situacijah, ko bi imeli določene zdravstvene težave. Za njih informacije o hranilni vrednosti ne predstavljajo del preventivnega delovanja, s katerim bi lahko v prihodnosti prispevali k zmanjšanju tveganja za nenalezljiva kronična obolenja. Eden izmed problemov, ki ljudi odvrta od uporabe teh informacij, je tudi velika nepreglednost in kontradiktornost različnih priporočil, nasvetov in spoznanj o tem, kaj naj bi zdrava prehrana sploh bila. Zato ljudje najbolj zaupajo sebi, sledijo notranjemu občutku, kaj naj bi bilo po njihovem mnenju za njih dobro, zdravo, kar pa vedno ne ustreza uradnim smernicam zdravega prehranjevanja oziroma ni družbeno sprejemljivo za uživanje.

Udeleženci namenjajo večjo pozornost iskanju umetnih dodatkov v živilu in izvoru živila kot pa prehranskim informacijam. Iz tega je možno sklepati, kar potrjujejo tudi ugotovitve drugih avtorjev, da ljudje rangirajo tveganja, povezana s prehrano bistveno drugače od

strokovnjakov. Iz raziskave je razvidno, da potrošniki podcenjujejo tveganja v zvezi z nepravilno prehrano, zaradi katerih bodo morda v prihodnosti zboleli za zvišanim krvnim pritiskom, imeli visok holesterol itd.

Bolj kot informacije o hranilni vrednosti živila so za potrošnika privlačne prehranske informacije. Udeleženci posegajo po živilih s prehransko trditvijo že zaradi tega, da nekaj storijo za sebe oziroma zaradi samega občutka, da so storili nekaj dobrega zase. Iz tega lahko sklepamo, da ljudje v določeni meri vseeno delujejo preventivno, ko se zavestno odločijo, da kupijo tovrstno živilo. Še zlasti starejše potrošnice trdijo, da posežejo po teh izdelkih iz preventivnih razlogov.

Prehranske trditve so pri nakupu novega živila dostikrat odločilni dejavnik, ki potrošnika prepriča, da poskusi to živilo. Toda zaradi zavajajočih prehranskih trditev proizvajalcev, ki so na svojih izdelkih oglaševali določene domnevne prednosti izdelka, potem pa se je izkazalo, da je bilo to značilno tudi za vse konkurenčne izdelke, potrošniki izražajo dvom v resničnost teh trditev. Čeprav večina udeležencev dvomi o resničnosti teh trditev, ob nakupu nikoli ne preverja prehranskih trditev z informacijami na živilih. Zanimivo je tudi, da nekateri menijo, da so določeni izdelki s prehransko trditvijo (npr. največkrat je bil omenjen jogurt) prej škodljivi kot zdravi za telo. Po njihovem mnenju je tem izdelkom dodano več umetnih snovi in sladkorja, zato se jim zdi bolj zdravo poseči po izdelku, ki ima večji odstotek maščobe, prisotnost umetnih dodatkov pa je manjša. Večina udeležencev je v pretežni meri pozorna zgolj na tiste izdelke, ki nosijo prehranske trditve o manjši vsebnosti določene hranilne snovi, kar potrjuje ugotovitve nekaterih avtorjev, da med potrošniki vlada večje zanimanje za »slabe« kot pa za »dobre« hranilne snovi. Iz izjav udeležencev je razvidno, da so prehranske trditve eden od pomembnih dejavnikov, ki vplivajo na njihove nakupovalne odločitve. Zaradi enostavnega načina opozarjanja na izdelke, ki so obogateni ali osiromašeni z določeno hranilno snovjo, so v pomoč potrošnikom, da izbirajo bolj kakovostna in zdravju prijaznejša živila. To področje še ni zakonsko regulirano in nadzorovano, zato številni proizvajalci to izkoriščajo s tem, da tržijo svoje izdelke s sklicevanjem na zdravje, četudi ti niso nujno povezani z zdravjem. Prav zaradi tega je potrebno zakonsko regulirati predpisovanje prehranskih trditev, katerim bodo potrošniki verjeli in jim zaupali. Primer takšnega označevanja so živila z oznako varovalno živilo (stilizirano srce).

Udeleženci raziskave so pogosto informirani o priporočilih o zdravi prehrani na najbolj osnovni ravni. Ugotovila sem, da je znanje o informacijah o hranilni vrednosti živila med posamezniki površinsko in praviloma omejeno le na poznavanje pravil: čim manj soli, rastlinske maščobe nimajo holesterola itd. Ne samo da udeleženci nimajo predstave o referenčni vrednosti določene hranilne snovi, temveč imajo tudi pomanjkljivo znanje o določenih hranilnih snoveh. Na primer, za določeno hranilno snov (npr. natrij, nasičene maščobne kisline...) ne vedo, ali gre za »dobro« ali »slabo« hranilno snov, kar potrjuje ugotovitve dosedanjih raziskav. Pri tem pa ne obstajajo razlike med uporabniki/neuporabniki informacij.

Udeleženci največkrat preverjajo informacije o hranilni vrednosti na mlečnih izdelkih, sokovih, kosmičih, marmeladah, (napol)pripravljeni hrani ter na izdelkih, ki spadajo v kategorijo manj zdravih živil (npr. slani prigrizki, sladkarije). Največ pozornosti udeleženci namenjajo negativnim hranilnim snovem, npr. kalorična vrednost živila, maščobe in sladkor, kar je v tesni povezanosti z razlogi, zakaj gledajo te informacije (nadzor telesne teže, zdravstvene težave...). Iz preizkusa je razvidno, da imajo potrošniki premalo znanja, da bi lahko na podlagi informacij ovrednotili prehranski profil živila, zato je primerjava izdelkov najpogostejši način uporabe teh informacij pri vsakodnevnih prehranjevalnih navadah med potrošniki. Primerjava prehranskih informacij je večinoma omejena le na izdelke iste vrste. Uporabniki kot tudi neuporabniki informacij so pri preizkusu uporabili informacije o hranilni vrednosti na 100 g živila, ker menijo, da imajo boljše količinsko predstavo. To odkritje se mi zdi pomembno, ker niti eden od udeležencev ni dal prednosti informacijam na priporočeno porcijo, rezultati večine raziskav pa kažejo ravno nasprotno.

Oblika informacij, ki je bila predstavljena po ameriškem »nutrition facts«, jim je razumljivejša od oblike, ki je večinoma prisotna na slovenskih izdelkih. Prednost vidijo zlasti v tem, da je pri teh informacijah podan delež priporočenega dnevnega vnosa določene hranilne snovi. Udeleženci menijo, da bi bile te informacije bolj razumljive, če bi bile predstavljene v obliki grafa oziroma da bi proizvajalci namesto števil z besedami opisali, ali določen izdelek vsebuje malo/srednje/veliko določenih hranilnih snovi. Predlagali so tudi, da bi bile »dobre« hranilne snovi z drugo barvo ločene od »slabih«. Starejše potrošnice si želijo predvsem večjo velikost črk, saj imajo težave pri prebiranju teh informacij.

Ker potrošniki ne razumejo in ne znajo uporabljati informacij o hranilni vrednosti, ki so navedene na embalaži živila, imajo mnogi še vedno težave pri izbiri izdelkov za zdravo prehranjevanje, zato se pojavlja potreba po dodatnih izobraževalnih programih. V Sloveniji je to področje zapostavljeno. Res je, da se izvajajo številne komunikacijske intervencije, ki potrošnika izobražujejo o splošnih priporočilih zdravega prehranjevanja, vendar mu pri tem ne posredujejo konkretnih razlag, kaj točno pomeni posamezno priporočilo. To je pokazala tudi raziskava. Udeleženci so slabo informirani o tem, kolikšen je primeren dnevni vnos določene hranilne snovi v telo, zato imajo številni težave pri načrtovanju uravnotežene prehrane. Potrebne so komunikacijske intervencije za promocijo informacij o hranilni vrednosti živila, ki bodo ljudem posredovale razumljive razlage o tem, kaj točno pomeni posamezno priporočilo. Šele ko bodo imeli potrošniki znanje o tem, koliko maščobe, sladkorja in soli lahko dnevno pojedjo, se bo morda med potrošniki vzbudilo zanimanje za preverjene prehranskih informacij. Prav zaradi neposrednega stika s potrošniki imajo proizvajalci pomembno vlogo pri izobraževanju tistih potrošnikov, ki jih vladne in nevladne organizacije s svojim programi ne dosežejo. Potrebno je doseči simbiotičen odnos med vladnimi organizacijami in proizvajalci, da skupaj delujejo v smeri spodbujanja preventivnega zdravstvenega delovanja.

Tudi v primeru, ko so posamezniki dobro informirani in jim zdravje pomeni eno temeljnih vrednot, se ne vedejo vedno skladno s priporočili zdravstvene stroke in vedno ohranjajo svoje prehranjevalne navade, četudi so slabe in četudi se tega zavedajo. Spreminjanje življenjskih in prehranskih navad ni zgolj odvisno od motiviranosti posameznikov, temveč tudi od strukturnih dejavnikov, ki jim ne omogočajo izbire bolj zdravih in priporočenih izdelkov. Gre za dolgotrajen proces, ki je vezan na odzivnost, ozaveščenost in socialno-ekonomski položaj posameznika, zato je dolžnost države, da z ustreznimi predpisi na področju živil ter s poseganjem v pridelavo, predelavo in promet živil omogoči potrošnikom dostop do živil, ki so zdravstveno ustrezna – to je varna, po hranilni sestavi pa prilagojena trendom zdrave prehrane. Ne pa, da prihaja do »oblagovljenja zdravja samega« (Kamin 2006: 134) z uvedbo zdravih blagovnih znamk, ki jih proizvajalci z učinkovitimi akcijami tržnega komuniciranja tržijo kot nadstandardne izdelke. Pri tem pa je problematično, da si veliko ljudi zaradi nizkih dohodkov takih izdelkov, ki so prijazni do zdravja, dejansko ne more privoščiti.

Žal, nove zahteve iz pravilnika o označevanju hranilne vrednosti živil niso obvezne. O tem, ali bo živilo opremljeno z oznako o hranilni vrednosti ali ne, odloča proizvajalec. Velikokrat

so živila, ki so po hranilni sestavi ustrezna in kakovostna, označena, medtem ko na tistih živilih, ki so sicer za oči privlačna in cenovno dostopna (bonboni in slašičarski izdelki, hitri oz. maščobni prigrizki) po navadi ni oznak o hranilni vrednosti, saj bi te lahko na potrošnika delovale kot antireklama. Sporno pri tem je, da država skrb in odgovornost za zdravje prelaga na potrošnike, hkrati pa jim ne zagotavlja pogojev za premišljene prehranske in nakupovalne odločitve, saj s tem, ko označevanje informacij o hranilni vrednosti na vseh prehranskih izdelkih ni obvezno, onemogoča potrošnikom, da bi imeli na razpolago informacije, s katerimi bi lahko ovrednotili prehranski profil živila. Težko je pričakovati od potrošnika, da se bo zdravo prehranjeval, če ne ve niti tega, kakšna je hranila sestava določenega živila. Dokler potrošnik nima na voljo vseh ustreznih informacij na ovojnini izdelka, bi bilo trenutno kakršnokoli izobraževanje brez učinka.

8. REFERENČNA LITERATURA

1. Abbott, Robert (1997): Food and nutrition information: a study of sources, uses, and understanding. *British Food Journal* 99(2), 43–49.
2. Aleksić, Jelena (2001): Ideologija hrane: Karnivorstvo vs. Vegetarijanstvo. *Teorija in praksa* 38(2), 307–327.
3. Baltas, George (2001): Nutrition labelling: issues and policies. *European Journal of Marketing* 35(5/6), 708–721.
4. Beardsworth, Alan in Teresa Keil (1997): *Sociology On The Menu*. London in New York: Routledge.
5. Bhaskaran, Suku in Felicity Hardley (2002): Buyer beliefs, attitudes and behaviour: foods with therapeutic claims. *Journal of Consumer Marketing* 19(7), 591–606.
6. Burton, Scott in Craig J. Andrews (1996): Age, Product Nutrition, and Label Format Effects on Consumer Perceptions and Product Evaluations. *The Journal of Consumer Affairs* 30(1), 68–89.
7. Byrd-Bredbenner, Carol; Angela Wong; Peta Cottee (2000): Consumer understanding of US and EU nutrition labels. *British Food Journal* 102(8), 615–629.
8. Coulson, Neil S. (2000): An application of the stages of change model to consumer use of food labels. *British Food Journal* 102(9), 661–668.
9. Debevec, Liza in Blanka Tivadar (2006): Making connections through foodways: contemporary issues in anthropological and sociological studies of food. *Anthropological Notebooks* 12(1), 5–16.
10. Farzan, L.; M. Jacobson; B. Silverglade (1999): *Nutrition Labelling: A Call For Reform*. Dostopno na <http://www.cspinet.org/reports/canlabel.htm> (10. marec 2006).
11. Guthrie, J.F.; J.J. Fox; L.E. Cleveland; S. Welsh (1995): Who Uses Nutrition Labeling, and What Effects Does Label Use Have on Diet Quality? *Journal of Nutrition Education* 27, 163–172.
12. Higginson, C.S.; M.J. Rayner; S. Draper; T.R. Kirk (2002): How do consumers use nutrition label information? *Nutrition & Food Science* 32(4), 145–152.
13. Higginson, C.S.; M.J. Rayner; S. Draper; T.R. Kirk (2002): The nutrition label – which information is looked at? *Nutrition & Food Science* 32(3), 92–99.
14. Humphries, Catherine (1998): A code of practice for food labelling. *Nutrition & Food Science* 4, 193–197.

15. Jensen, H.H. in T. Kesavan (1993): Sources of Information, Consumer Attitudes on Nutrition, and Consumption of Dairy Products. *The Journal of Consumer Affairs* 27(2), 357–376.
16. Kamin, Tanja (2006): *Zdravje na barikadah*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
17. Kamin, Tanja in Blanka Tivadar (2003): Laično upravljanje s telesom v imenu zdravja: iskanje ravnotežja s prehranjevanjem. *Teorija in praksa* 40(5), 889–906.
18. Kim, Sung-Young; Rodolfo M. Nayga; Oral Jr. Capps (2001): Food Label Use, Self-Selectivity, and Diet Quality. *The Journal of Consumer Affairs* 35(2), 346–363.
19. Kirn, Andrej (1995): Tvegane kot družbenovrednotna kategorija. *Teorija in praksa* 32(3-4), 212–219.
20. Krueger, Richard A. (1998): *Analyzing & Reporting Focus Group Results*. London: Sage Publications.
21. LeGault, L.; Brandt M. Bender; N. McCabe; C. Adler; A.M. Brown; S. Brecher (2004): 2000-2001 Food Label and Package Survey: An Update on Prevalence of Nutrition Labeling and Claims on Processed, Packaged Foods. *Journal of the American Dietetic Association* 104, 952–958.
22. Lupton, Deborah (1996): *Food, the Body and the Self*. London: Sage Publications.
23. Mangleburg, Tamara F.; Dhruy Grewal; Terry Bristol (1997): Socialization, Gender, and Adolescent's Self-Reports of Their generalized Use of Product Labels. *The Journal of Consumer Affairs* 31(2), 255–279.
24. Mannell, Ashley; Rodolfo M. Nayga; Pierre Combris; Robert Lee; Janet Gloeckner (2006): French consumers' use of nutrition labels. *Nutrition & Food Science* 36(3), 159–168.
25. Mueller, William (1991): Who Reads the Label? *American Demographics* 13(1), 36–40.
26. Nayga, Rodolfo M. (1997): Impact of Sociodemographic Factors on Perceived Importance of Nutrition in Food Shopping. *The Journal of Consumer Affairs* 31(1), 1–9.
27. Nayga, Rodolfo M. (1999): Toward an Understanding of Consumers' Perceptions of Food Labels. *International Food and Agribusiness Management Review* 2(1), 29–45.
28. Nayga, Rodolfo M.; Daria Lipinski; Nitin Savur (1998): Consumers' Use of Nutritional Labels While Food Shopping and At Home. *The Journal of Consumer Affairs* 32(1), 106–120.

29. Neuhouser, Marian L.; Alan R. Kristal; Ruth E. Patterson (1999): Use of food nutrition labels is associated with lower fat intake. *Journal of the American Dietetic Association* 99(1), 45–53.
30. Peterman, Marjana (2005): Debelost – čigava odgovornost? *VIP* XV(4), 29–31.
31. Peterman, Marjana (2005): Debelost – čigava odgovornost? 2. del: Trditve na živilih. *VIP* XV(6), 27–30.
32. *Pravilnik o označevanju hranilne vrednosti živil* (2002). Ljubljana: Uradni list 60. Dostopno na <http://www.uradni-list.si/1/ulonline.jsp?urlid=200260&dhid=42865> (15. maj 2006).
33. *Pravilnik o splošnem označevanju predpakiranih živil* (2004). Ljubljana: Uradni list RS 50. Dostopno na <http://www.uradni-list.si/1/ulonline.jsp?urlid=200450&dhid=69564> (15. maj 2006).
34. Rener, Tanja (1996): Mladina in družina. V B. Tivadar (ur.): *Predah za študentsko mladino*, 118–152. Ljubljana: Zavod Republike Slovenije za šolstvo in Urad Republike Slovenije za mladino.
35. *Resolucija o nacionalnem programu prehranske politike 2005–2010 (ReNPPP)* (2005). Ljubljana: Uradni list RS 39. Dostopno na <http://www.uradni-list.si/1/ulonline.jsp?urlid=200539&dhid=75422> (26. oktober 2006).
36. Sadler, Michele (1999): UK industry guidelines on nutrition labelling to benefit the consumer. *Nutrition & Food Science* 1, 24–28.
37. Shannon, Bill (1994): Nutrition Labelling: Putting the Consumer First. *British Food Journal* 96(4), 40–44.
38. Shine, Angela; Seamus O'Reilly; Kathleen O'Sullivan (1997): Consumer attitudes to nutrition labelling. *British Food Journal* 99(8), 283–289.
39. Shine, Angela; Seamus O'Reilly; Kathleen O'Sullivan (1997): Consumer use of nutrition labels. *British Food Journal* 99(8), 290–296.
40. Thedford, Kimberly (2005): Food Labels: Who Is Being Educated? *Journal of the American Dietetic Association* 105(3), 402–403.
41. Tivadar, Blanka (2001): *Družbeno strukturiranje prehranjevalnih vzorcev*. Doktorska disertacija. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
42. Tivadar, Blanka in Tanja Kamin (2005): *Razvoj pristopov za spodbujanje zdrave prehrane in gibanja v srednjih šolah*. Ljubljana: Inštitut za varovanje zdravja.
43. The European Consumers' Organisation BEUC (2005): *Report on European Consumers' Perception of Foodstuffs Labelling*. Dostopno na

- http://www.vzbv.de/mediapics/beuc_foodstuffs_labelling_09_2005.pdf (24. oktober 2006).
44. Ule, Mirjana (2003): *Spregledana razmerja. O družbenih vidikih sodobne medicine*. Maribor: Aristej.
45. Wandel, Margareta (1997): Food labelling from a consumer perspective. *British Food Journal* 99(6), 212–219.
46. Wang, G.; S.M Fletcher; D.H. Carley (1995): Consumer Utilization of Food Labeling as a Source of Nutrition Information. *The Journal of Consumer Affairs* 29(2), 368–380.
47. Wansink, Brian in Matthew M. Cheney (2005): Leveraging FDA Health Claims. *The Journal of Consumer Affairs* 39(2), 386–398.
48. *Zakon o varstvu potrošnikov* (2004). Ljubljana: Uradni list RS 98. Dostopno na <http://www.uradni-list.si/1/ulonline.jsp?urlid=200498&dhid=71713> (15. maj 2006).
49. Zveza potrošnikov Slovenije (2005): *Potrošniki zahtevamo poštene prehranske trditve*. Dostopno na <http://www.zps-zveza.si/> (14. februar 2006).

9. PRILOGA

Priloga A 9. 1: Informacije o hranilni vrednosti živila na 100g

V 100 g izdelka je povprečno:	
energijska vrednost kJ/kcal	255/60
Beljakovine	4,0 g
ogljikovi hidrati	8,2 g
od teh sladkorji	5,2 g
maščoba	1,3 g
od te:	
- nasičene maščobne kisline	0,85 g
- enkrat nenasičene maščobne kisline	0,35 g
- večkrat nenasičene maščobne kisline	0,035 g
- holesterol	5,8 mg
Vlaknine	1,6 g
Natrij	0,06 g

Priloga A 9. 2: Nutrition facts - informacije na priporočeno porcijo

Nutrition facts			
Serving size 4 pieces (24 g)			
Amount per serving			
Kalorije 112	kalorije iz maščobe 36		
% Daily Value*			
maščoba 4 g	6 %		
od te:			
nasičene maščobne kisline 2 g	10 %		
trans maščobne kisline 1 g			
holesterol mg	0 %		
natrij 66 mg	3 %		
ogljikovi hidrat 17 g	6 %		
od teh:			
vlaknine g	0 %		
sladkorji 6 g			
beljakovine 2 g			
vitamin A 0 %	• vitamin C 0 %		
kalcij 0,4 %	• železo 2 %		
*Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your Daily Values may be higher or lower depending on your calorie needs:			
	kalorije:	2,000	2,500
maščoba	manj kot	65 g	80 g
nasičene maščobne kisline	manj kot	20 g	25 g
holesterol	manj kot	300 mg	300 mg
ogljikovi hidrati		300 g	375 g
vlaknine		25 g	30 g

Priloga A 9. 3: Nutrition facts - informacije na 100g

Nutrition facts			
V 100 g izdelka je povprečno:			
Kalorije 467		kalorije iz maščobe 153	
		% Daily Value*	
maščoba 17 g			26 %
od te:			
nasičene maščobne kisline 8 g			40 %
trans maščobne kisline 4 g			
holesterol mg			0 %
natrij 275 mg			11 %
ogljikovi hidrat 71 g			24 %
od teh:			
vlaknine g			0 %
sladkorji 25 g			
beljakovine 8 g			
vitamin A 0 %	•		vitamin C 0 %
kalcij 2 %	•		železo 8 %
*Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your Daily Values may be higher or lower depending on your calorie needs:			
	kalorije:	2,000	2,500
maščoba	manj kot	65 g	80 g
nasičene maščobne kisline	manj kot	20 g	25 g
holesterol	manj kot	300 mg	300 mg
ogljikovi hidrati		300 g	375 g
vlaknine		25 g	30 g