Mat, medier og bærekraft: Hvordan fremstilles sunn og bærekraftig mat i det norske medielandskapet?

Bakgrunn

Mat står i sentrum av flere av vår tids viktigste bærekraftsutfordringer. Usunt kosthold er i dag en av de mest sentrale risiko-faktorene for en rekke ikke-smittsomme sykdommer, og er anslått å bidra til om lag 8000 dødsfall årlig i Norge.[OBJ] Samtidig er mat- og matsystemer blant de største driverne av klimagassutslipp, tap av biologisk mangfold og overforbruk av areal og ferskvann globalt (Rockström et al 2025). De nye nordiske ernæringsanbefalingene (NNR 2023) og de oppdaterte norske kostrådene legger tydelig vekt på et overveiende plantebasert kosthold – mer grønnsaker, frukt, bær, grove kornprodukter, belgfrukter og nøtter, og mindre rødt og særlig prosessert kjøtt – som et kosthold som både fremmer helse og reduserer miljøbelastning (Helsedirektoratet 2024). EAT–Lancet-kommisjonen har på globalt nivå lansert den såkalte «planetary health diet», som viser at kostholdsendringer mot slike mønstre kan forebygge millioner av dødsfall årlig og samtidig redusere matrelaterte klimagassutslipp betydelig (Rockström et al 2025). For norsk kontekst viser Miljødirektoratets kunnskapsgrunnlag for klimatiltak at et kosthold i tråd med kostråd og NNR 2023 vil kunne gi betydelige reduksjoner i klimagassutslipp fra jordbruket mot 2035 (Mdir 2025). Dermed finnes det mange mulige vinn-vinn-løsninger der sunnere kosthold også er mer bærekraftig. Og mat representerer et felt hvor staten gir tydelige råd for hvordan vi burde forbruke.

Det er også stor interesse for sunt kosthold i den norske befolkningen. I en undersøkelse i 2024 svarte 38 prosent av nordmenn at de ville spise sunnere mens 45 prosent ville gå ned i vekt.[1] Samtidig vet vi at nordmenn i liten grad følger kostrådene. I en undersøkelse utført av Infact i 2025 svarte kun 4,6 prosent av nordmenn at de følger rådene fullt ut, mens 40 prosent svarer at de ikke kjenner til eller følger rådene.[2] Forskning viser at folk synes det er utfordrende å navigere kompliserte matmiljø og et mediebilde der mange ulike stemmer med varierende kompetanse har sterke meninger om hva som er et sunt og bærekraftig kosthold.

Et sentralt spørsmål blir derfor hvordan «sunn» og «bærekraftig» mat fremstilles og forhandles i dagens medielandskap. Vi vet at media er med på å forme hvordan vi forholder oss til utfordringer som sunn mat og bærekraft. Forskning viser også at sosiale medier har stor betydning for kostholdsvalg, særlig blant unge: systematiske oversikter dokumenterer at sosiale medier både påvirker matrelaterte preferanser og forbruksmønstre og kan bidra til uheldige kroppsbilder og forstyrrede spisevaner, men også brukes strategisk for å fremme sunnere valg (Rogers et al 2022; Powell and Pring 2024). Forskningen viser at sosiale medier er blitt en sentral arena for formidling av «bærekraftig forbruk» i matsektoren – ikke bare av myndigheter og fagpersoner, men også av påvirkere, kommersielle aktører og interesseorganisasjoner (Kucharczuk et al 2022; Verma and Kapoor 2025). I denne konteksten er det et kunnskapshull når det gjelder hvordan koblingen mellom mat, klima og helse konkret fremstilles i norske medier og sosiale medier, og hvordan statlige kostråd, One Health-/planetary health-perspektiver og kommersielle budskap spiller sammen i det som for mange er et svært komplekst «matinformasjonsmiljø» eller det vi kan kalle en kompleks mat-medie-økologi.

Mål

Dette sommerprosjektet er et samarbeid mellom Medisinsk Fakultet og Senter for global bærekraft og ser nærmere på formidling av sunn og bærekraftig mat i det norske medielandskapet. Hovedmålet med prosjektet er å forstå hvordan sunn og bærekraftig mat fremstilles og diskuteres i norske medier og sosiale medier, med særlig vekt på hvordan koblingen mellom kosthold, klima og helse artikuleres, forhandles og eventuelt undergraves.

---

[1] Nordmenn vil bli tynnere, trene mer og spise sunnere i 2025, viser en ny undersøkelse fra Norstat – NRK Trøndelag – Lokale nyheter, TV og radio

[2] Stor andel nordmenn følger ikke kostrådene | ABC Nyheter

Delmål

1. Kartlegge hvordan «sunn mat» og «bærekraftig mat» beskrives i et utvalg norske nyhetsmedier (f. eks NRK; VG; Aftenposten) og sentrale sosiale medier-plattformer (f.eks. Instagram; TikTok; YouTube).
2. Analysere hvilken rolle klima, miljø, dyrevelferd og global bærekraft tillegges i fremstillinger av sunn mat, og hvordan dette eventuelt knyttes til helse (folkehelse, kropp, vekt, sykdom).
3. Undersøke i hvilken grad norske kostråd, NNR 2023 og/eller EAT–Lancet/«planetary health diet» eksplisitt eller implisitt reflekteres i disse fremstillingene – og hvordan statlige kostråd posisjoneres i møte med andre kunnskapskilder (influensere, kommersielle aktører, alternativ ekspertise).
4. Identifisere mulige «vinn–vinn»-fortellinger (der helse og klima/bærekraft kobles positivt) versus konfliktnarrativ (for eksempel mellom helse, klima, kultur og pris)

Studentene vil ha som oppgave å:

1. Kartlegge hvordan sunn mat blir fremstilt i et utvalg av nasjonale medier samt et utvalg sosiale mediekanaler
2. Kartlegge rollen tillagt bærekraft i disse diskusjonene.
3. Analysere i hvilken grad norske/nordiske/internasjonale kostråd og ernæringsanbefalinger blir reflektert i disse diskusjonene
4. Samle inn og systematisere empirisk materiale fra norske nyhetsmedier og sosiale medier.
5. Gjennomføre enkel deskriptiv kartlegging av materialet (for eksempel i Excel eller et enkelt analyseverktøy).
6. Skrive en rapport som oppsummerer funn og foreslår videre forskningsspørsmål for et større prosjekt om mat, helse og bærekraft.

På lengre sikt er målet at sommerprosjektet danner grunnlaget for et større prosjekt på mat, helse og bærekraft.

Arbeidsforhold og veiledning

Studentene vil få tilbud om kontorplass ved Senter for global bærekraft (GLOBE) og vil bli veiledet av Arve Hansen, Tony Sandset og Ulrikke Wethal, alle forskere ved senteret. Dette tverrfaglige prosjektet vil rekruttere bredt fra UiOs masterstudenter, men prosjektet vil trolig være av spesiell interesse for studenter ved GLOBE, klinisk ernæring, antropologi, medievitenskap, samt ved studier av bærekraft i skjæringspunktet klima, helse og forbruk. Vi ønsker å rekruttere 2-3 masterstudenter som utfører sommerprosjektet i fellesskap, for perioden begynnelsen av juni til medio august 2026.

Referanser

Helsedirektoratet (2024). Kostråd for god helse og gode liv. Kostråd for befolkningen. Rapport: Kostråd for god helse og gode liv - PDF-versjon 15. august 2024_opd27nov.pdf

Kucharczuk, A. J., Oliver, T. L., & Dowdell, E. B. (2022). Social media's influence on adolescents′ food choices: A mixed studies systematic literature review. *Appetite*, *168*, 105765.

Miljødirektoratet (2025). Klimatiltak i Norge. Kunnskapsgrunnlag 2025. Rapport M-2920.

Nordic Council of Ministers (2023). Nordic Nutrition Recommendations 2023. Integrating Environmental Aspects. NORDIC NUTRITION RECOMMENDATIONS 2023.

Powell, J., & Pring, T. (2024). The impact of social media influencers on health outcomes: Systematic review. *Social science & medicine*, *340*, 116472.

Rogers, A., Wilkinson, S., Downie, O., & Truby, H. (2022). Communication of nutrition information by influencers on social media: A scoping review. *Health Promotion Journal of Australia*, *33*(3), 657-676.

Rockström, J., Thilsted, S. H., Willett, W. C., Gordon, L. J., Herrero, M., Hicks, C. C., ... & DeClerck, F. (2025). The EAT–Lancet Commission on healthy, sustainable, and just food systems. *The Lancet*, *406*(10512), 1625-1700.

Verma, S., & Kapoor, D. (2025). Sustainability on the plate: how influencers and social norms transform food choices. *British Food Journal*, *127*(6), 1942-1958.