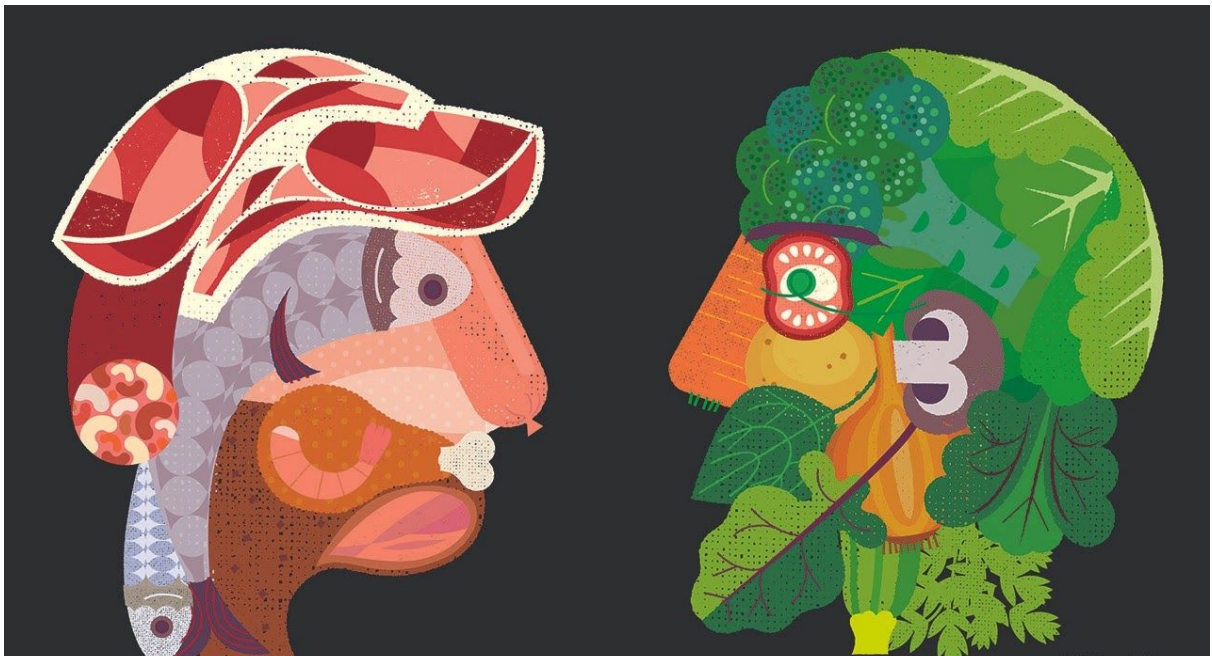


MK1500 HT20 Examensarbete i Medie- och kommunikationsvetenskap

Klarar veganism biffen?

En studie om hur icke-köttätare tolkar altruistiska och egoistiska budskap för veganism i medier



Johan Hafström

Executive summary

Veganism is today a movement that in a lot of ways questions the today's norms of society which includes food, consumption and ethics. At the same time most of the concerns of vegans and animal rights activists alike are founded in current science. The arguments given are often surrounded around improvements for the environment, health benefits and animal cause. Which could also be seen as altruistic or egoistic motives. These motives are later used in news and other types of media to inform or to convey a certain message surrounding veganism and it is left to the public to determine and interpret what that message could mean.

By bringing understanding how messages are interpreted depending on the framing, gender norms and other individual context this study looks at messages formed out of altruistic and egoistic causes surrounding veganism. More exactly messaging related to climate change and veganism represented as a solution to it and messaging related to health benefits and a veganism represented as a solution to it, and how those are interpreted by none meat eaters.

Using framing as a theoretical framework and previous research that has looked more closely at how veganism relates to gender roles, political predisposition and reinforcement of attitudes regarding altruistic or egoistic messages, the study constructs it's analytical framework to interpret the gathered material. To gather its material the study conducted two focus group interviews that introduce vignettes in form of news media messages that represent either an altruistic or egoistic message with veganism as a solution to the introduced problem.

The findings of the study show that the sets of attributes that the study went out with the ambition to study have an impact on the interpretation of the message as the result from the two focus group interviews generated. Veganism as a concept is considered to have another meaning attached to it, according to the older focus group who did not associate the word with climate to the same extent. Furthermore gender roles, cultural differences, political predisposition and age also seem to have an impact in the interpretation of messaging between the two groups.

Abstract

Uppsats/Examensarbete:	15 hp
Program:	Medie- och kommunikationsvetarprogrammet med inriktning PR, opinionsbildning och omvärld
Nivå:	Kandidatuppsats
Termin/år:	HT20-21
Handledare:	Gabriella Sandstig
Sidantal:	59
Antal ord:	17340
Nyckelord:	Altruism, Egoism, Budskap, Receptionsanalys, Veganism, Kommunikation, Framing

Syfte:	Syftet med studien är att bidra med förståelse kring hur budskap tolkas beroende på dess inramning genom att analysera hur icke-köttätare tolkar altruistiska och egoistiska budskap om veganism i nyhetsmedierna och att förstå likheter och skillnader beroende på kontextuella och individuella faktorer.
Teori:	Framing
Metod:	Kvalitativ receptionsanalys med fokusgrupper
Material:	Två fokusgruppintervjuer med 3 respektive 4 deltagare hämtade från facebookgrupper som relaterar till veganism och växtbaserad kost.
Resultat:	Resultatet visar att det finns en skillnad hur tolkningen för ett altruistiskt eller egoistiskt budskap sker beroende på inramningen, könsnormer och andra individuella olikheter mellan en äldre och yngre fokusgrupp. Det visar sig att det finns en begreppsfrskjutning för ordet veganism där de två fokusgrupperna inte har samma tolkning av begreppet utefter budskap. Det visar också på skillnader i könsnormer som bekräftas i analysen med tidigare forskning men där respondenterna också ger uttryck för nya tolkningar kring vilka könsnormer som råder i hänsyn till veganism, altruistiska och egoistiska budskap. Kultur, ålder och politisk predisposition kunde bekräfta mycket av vad tidigare forskning också kommit fram till men studien kunde ändå presentera ett antal nya koncept som respondenterna kom fram till under intervjuerna.

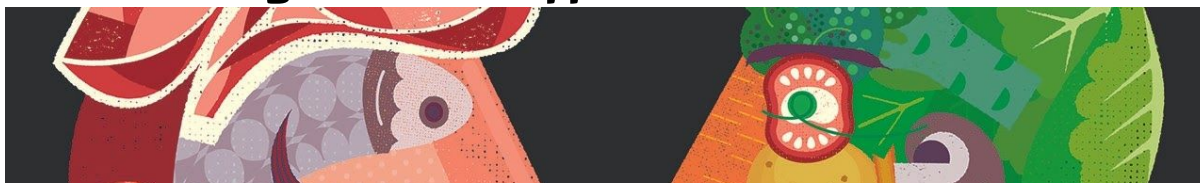
Begreppsatteri

Veganism:	Uteslutandet av animaliska produkter i såväl kost som i all konsumtion.
Växtbaserad kost:	En växtbaserad diet är en diet som mest eller helt består av livsmedel som härrör från växter och med få eller inga livsmedel från djur.
Vegetarian:	En person med en diet enligt vilken endast vegetabiliska livsmedel bör ätas. En person som är vegetarian äter inte animaliska produkter. Däremot har begreppet kommit att i folkmun inkludera lakto-ovo-vegetarianer, pescetarianer, flexitarianer m.fl.
Animalier:	Animalier innebär framför allt delar av djur, som kött, inälvsmat, fisk och skaldjur, men även ägg och mjölkprodukter.
Icke-köttätare:	Dessa inkluderar lakto-ovo-vegetarianer, pescetarianer, veganer bl.a. och menas utesluter kött i sin diet.
Altruism:	Till altruism räknas ofta generositet, självupppoffringar, att hjälpa människor med behov, och att frivilligt ge vika för någon annans vilja i strid mot ens egen.
Egoism:	Ståndpunkten att man ska göra det som är i ens egenintresse, som kan vara skadligt för andra, nyttigt för andra eller neutralt för andra

Förord

Stort tack till min handledare Gabriella Sandstig som har hjälpt mig under uppsatsen gång med råd och värdefull respons. Jag vill också tacka nära och kära som jag har kunnat bolla idéer med och som har gett mig motivation till att fortsätta skriva. Tack!

Klarar veganism biffen?



Innehållsförteckning

1. Inledning	7
1.1 Budskap om veganism i en värld av information	7
2. Bakgrund	8
2.1 Trender mot en minskad köttkonsumtion	8
2.2 Identitet och veganism	9
2.3 Altruistiska och egoistiska anledningar att byta till en växtbaserad kost	9
2.3.1 Klimatförändringar och djuretik	10
2.3.2 Veganism och hälsa	11
3. Tidigare forskning och teori	11
3.1 Attityder mot veganism och påverkan av budskap, livsstil, politisk åskådning och könsnormer	11
3.2 Altruism och egoism	13
3.3 Veganism i etablerade medier	14
3.4 Framing	14
3.5 Sammanfattning av tidigare forskning	15
3.6 Inomvetenskaplig problematisering	16
4. Syfte och frågeställningar	17
5. Metod, material och urval	18
5.1 Fokusgrupper	18
5.2 Urval	19
5.2.1 Urval av texter	20
5.2.2 Urval av respondenter	20
5.3 Insamling av data	21
5.3.1 Manipulering av nyhetstexter	22
5.3.2 Intervjuguide	23
5.4 Operationalisering	23
5.4.1 Transkribering av det insamlade materialet	25
5.5 Studiens validitet, kvalitet och etik	25
5.5.2 Etiska överväganden	26

6. Resultat och analys	27
6.1 Inramningen av altruistiska och egoistiska budskap	27
6.1.1 Den äldre fokusgruppens tolkning av budskapens inramning	27
6.1.2 Den yngre fokusgruppens tolkning av budskapens inramning	30
6.1.3 Jämförelse av tolkningar mellan fokusgrupperna	32
6.1.4 Analys av fokusgruppernas tolkning av budskapens inramning	33
6.2 Altruistiska och egoistiska budskap utifrån könsnormer	35
6.2.1 Den äldre fokusgruppens tolkning av budskapen utifrån könsnormer	35
6.2.2 Den yngre fokusgruppens tolkning av budskap utifrån könsnormer	37
6.2.3 Jämförelse av tolkningarna utifrån könsnormer mellan fokusgrupperna	38
6.2.4 Analys av fokusgruppernas tolkning av budskapen utifrån könsnormer	38
6.3 Altruistiska och egoistiska budskap utifrån individuella olikheter	40
6.3.1 Den äldre fokusgruppen tolkning utifrån individuella olikheter	40
6.3.2 Den yngre fokusgruppens tolkning av budskapen utifrån individuella olikheter	42
6.3.3 Jämförelse av tolkningar mellan fokusgrupperna	44
6.3.4 Analys av fokusgruppernas tolkning av budskapen utifrån individuella olikheter	45
7. Diskussion	46
7.1 Extern validitet	47
7.2 Slutsats	48
7.3 Vidare forskning	49
Referenslista	50
Bilaga 1: Intervjuguide	54
Bilaga 2: Nyhetstexter	56
Bilaga 3: Respondentgalleri	58

1. Inledning

Mänsklighetens historia är en historia lika gammal som livet själv. Det har alltid handlat om överlevnad och att lämna optimala förutsättningar för nästkommande generation och deras chanser till ett gott liv. Under 10-tusentals år gjorde människan detta genom att jaga och samla, vilket i sin tur ersattes av mer kontrollerade former och agrikultur blev istället sättet som stora delar av världen kunde försäkra sina chanser för fortplantning och överlevnad (Bocquet-Appel 2011).

Idag ser situationen annorlunda ut och de flesta står långt ifrån ursprunget till vart maten är producerad. Överflödet och tillgången till livsmedel ger oss nästan oändliga valmöjligheter kring vår kost. Animaliskt protein, som historiskt har varit en bristvara i större delar av världen, finns idag att tillgå i närmaste matvarubutik (Forskning och framsteg 2011). Samtidigt visar forskning att boskapshållning är en stor del av de utsläpp som skyndar på klimatförändringar (Bailey, Froggatt och Wellesley 2014) och forskning på en annan front visar på att begränsandet av animalier i kosten kan få positiva hälsoeffekter på vanligt förekommande sjukdomar (Le & Sabaté 2014).

I takt med utvecklingen går det också att se en mottrend. Allt fler idag väljer att helt avstå från animaliska produkter och en stor andel väljer växtbaserade alternativ (Global data, top trends in prepared food 2017). Något som skulle kunna förklara varför köttkonsumtionen stadigt har minskat i Sverige de senaste åren (Jordbruksverket 2018). Tillsammans med det etiska och moraliska dilemmat över djurhållning så är klimat- och hälsoskäl vanliga anledningar för att motivera valet av en växtbaserad kost.

1.1 Budskap om veganism i en värld av information

I dagens samhälle är det en stor utmaning för de som har ett intresse av att förmedla ett budskap att nå ut med till rätt målgrupp, en av anledningarna skulle kunna vara informationsmättnad (Holmberg och Asp 1984). På grund av överflödet av den information som cirkulerar innebär det också en större utmaning för den som har ett intresse av att förmedla ett visst typ av budskap.

Ett av verktygen som kan användas för att förmedla ett budskap till önskad målgrupp är att förstå för vilken tolkning ett visst budskap innebär. Forskning har visat på att tolkningen varierar beroende på budskapets utformning, det vill säga om budskapet är altruistiskt eller egoistiskt (Yadav 2016; Phua Jin & Jihoon 2019). Utöver det är det också andra parametrar som spelar roll för tolkningen, däribland könsnormer, politisk predisposition och ålder

(Yadav 2016; Rothgerber 2013; Lindgren 2020; MacInnis & Hodson 2015). Dock har inte den tidigare forskning kombinerat tolkningen av ett altruistiskt eller egoistiskt budskap med hur tolkningen också kan variera beroende på könsnormer och andra individuella olikheter. För att bidra med förståelse för hur budskap kan tolkas beroende på dess inramning i allmänhet och för hur altruistiska och egoistiska budskap om veganism kan tolkas i synnerhet avser därför denna studien att undersöka just hur altruistiska eller egoistiska budskap tolkas av den grupp som redan har valt att ändra på sin kost till en växtbaserad sådan.

2. Bakgrund

I den här bakgrunden så redogörs ämnet om veganism som en del av en större trend, veganism utifrån identitet och slutligen vilka samhälleliga utmaningar som veganism skulle kunna vara en lösning på. Utmaningarna utgör också grunden till utformningen av ett altruistiskt eller egoistiskt budskap. Genom att redogöra för dessa olika aspekter av veganism så ger det också förståelse varför attityder mot veganism kan bero på hur budskapen är utformade.

2.1 Trender mot en minskad köttkonsumtion

I Sverige har det skett en ökning av köttkonsumtionen de senaste 60 åren då den har ökat med 66%. Sedan 1990 har den ökat med 40% (Jordbruksverket 2018). Under de senaste åren går det dock att utläsa ett trendbrott då svenskarna åt 87,7 kilogram kött per person 2016 jämfört med 2018 då det hade minskat till 83,5 kilogram per person (Jordbruksverket 2018).

Det har också skett en ökning kring att välja växtbaserat på tallriken någon dag i veckan där 67% av kvinnor äter vegetariskt minst en dag i veckan gentemot 48% av männen, detta har ökat från 52% av kvinnor och 35% av män året innan (Matrapporten 2019). Däremot har inte antalet veganer och vegetarianer ökat i Sverige utan ligger på cirka 6% (Sifo på uppdrag av Axfood 2019). Den stora ökningen för växtbaserad kost sker hos de som samtidigt äter animalier parallellt och där är det också en större andel kvinnor. Bland de som identifierar sig som vegetarianer är det 16% som anger klimatet som en viktig anledning, 28% nämner hälsan. Av veganer så är det 51% som väljer att äta vegansk kost för djurens skull (Matrapporten 2019).

Dessa siffror berättar för oss är att det pågår ett kulturellt skifte i Sverige kring vilken kosthållning människor har. Från en mer traditionellt kost baserad på animaliska produkter

till en allt mer växtbaserad. Statistiken avslöjar också att det finns tre essentiella anledningar till att folk väljer en mer växtbaserad kost; hälsan, klimatet och djuren.

2.2 Identitet och veganism

Veganism är för många inte bara ett val av kost utan det är också något som ingår i ens identitet. Där spelar hållbarhetsaspekter, hälsan och djuretik roll för den som uttrycker sig vara vegan. Bland annat så säger var tredje ung svensk att den är vegetarian trots att den äter kött någon gång då och då. Något som skulle kunna tyda på att unga associerar att vara vegetarian lika mycket med värden kring hållbarhet, djuretik och hälsa som att faktiskt äta vegetarisk kost (Ungdomsbarometern 2018). En artikel från SvD publicerad 2018 beskriver ungdomars inställning till att just äta vegetariskt eller veganskt där de själva beskriver det som *“Ett enkelt sätt att visa vem man är”*.

Dessa attityder för eller emot en vegansk kosthållning går också in på spektrat om identitet och om idéer att ens personliga val också är något för att marknadsföra sin egna politiska hållning. Något som inte minst fångas upp i den allmänna debatten. I en debattartikel på aftonbladet skriver Henrik Arnstad om ämnet och definierar fenomenet som:

“Identitetspolitik innebär att en grupp människor agerar som politisk rörelse utifrån strategin att konstruera en gemensam identitet, vilket innebär en betydligt starkare känsloupplevelse än att bara formulera gemensamma intressen.”

I en digitaliserad och globaliserad värld finner människor varandra efter de intressen som de själva har och således skapar en identitet. I fallet veganism så finns det flera grupperingar i form av intresseorganisationer men också facebookgrupper där recept och andra livsstilstips delas. Att ett visst fenomen också formar identiteter gör att tolkningen av budskap relaterade till ämnet lika mycket skulle kunna formas av uppfattningen om vad identiteten innebär.

2.3 Altruistiska och egoistiska anledningar att byta till en växtbaserad kost

Att klimat, djuretik och hälsa är anledningar till att ha en växtbaserad kosthållning nämner bland annat Djurens rätt (2020) på sin hemsida såväl som andra organisationer som jobbar med frågorna. Klimat, djuretik och hälsa utgör också underlaget för att budskapen ska kunna tolkas utifrån ett visst sätt. I den här studien så kategoriseras de tre anledningarna in i ett altruistiskt och egoistiskt synsätt som utifrån synsätten också kan utformas till att bli altruistiska eller egoistiska budskap.

Att vara vegan med anledningar av klimatförändringar och djuretiska frågor är i grunden en självupppoffrande handling och motivet är att minska negativ åverkan, det vill säga på miljön och på djur. Därför kan det också ses som en altruistisk handling. Att vara vegan med anledning av hälsan har snarare att göra med självbevarelsedrift och att förbättra den egna hälsan. Det kan ses som något som görs av egoistiskt motiverade skäl.

2.3.1 Klimatförändringar och djuretik

Det ena altruistiska argumentet som ofta framkommer kring veganism är den om boskapsuppfödning och de klimatutsläpp som de står för. Enligt Bailey, Froggatt och Wellesleys (2014) studie så står boskap och djuruppfödning internationellt sett för 14,5% - 18% av växthusutsläppen. Förutom själva djuruppfödningen så är det också ytterligare mark som används för att odla foder till djuren. Ca 70% av världens sojaodlingar går direkt till att utfodra boskap medan endast 6% går som mat till människor (One green planet 2015). Att därigenom skipa mellanhanden, i form av boskap, så hade mindre mark kunnat användas för att ge mat till fler människor, faktiskt upp till 14 gånger så många människor som motsvarande markyta kräver för köttproduktion (One green planet 2015). Att därför verka för en övergång till mer av en plantbaserad kost ligger i direkt intresse av att kunna hindra jordens uppvärmning samtidigt som det också är mer resurseffektivt.

Veganism är också en rörelse förknippad till djuretiska förhållanden (Djurens rätt 2020). Eftersom detta är en fråga om etik och moral så är det svårt att kvantifiera i data men vad som kan sägas är att köttproduktionen i stort under 1900-talet har ökat (Jordbruksverket 2018) och att detta väcker känslor, inte minst hos djurrättsorganisationer som grundades för att protestera exploateringen av djur inom livsmedelsindustrin. Djurens rätt anser bland annat att lidande upplevs av enskilda individer inte av arter i stort och därför bör individen vara i centrum, särskilt när det kommer till djurhållning. Richard Dawkins (2020), författare, biolog och debattör, sade nyligen i en intervju något som jag tycker sammanfattar relationen mellan djur, människor, det etiska dilemma och hur framtiden kommer att se ut för dessa. Han menade på att det människor inom de närmsta åren kommer att fortsätta öka den konstruerade humana cirkeln till att även inkludera djur. Han jämförde detta med hur mänskligheten har avhumaniserat folkslag och etniciteter historiskt men idag kan se på alla människor som lika värda och att detta är något som kommer att hända även med djur. Förstadiet till detta syns i de djurrättsliga organisationer som inte ser djurens värde som mindre värda än människans och därför kan de heller inte moraliskt och etiskt acceptera den rådande ordningen.

2.3.2 Veganism och hälsa

Den egoistiska anledningen till att folk väljer en växtbaserad kost är de hälsofördelar som finns med att äta en växtbaserad kost gentemot en som är baserad på animalier. Enligt livsmedelsverkets (2020) rekommendationer så är minskandet av konsumtionen av rött kött något som kan påverka hälsan i en positiv riktning, samt att nödvändig näring går att få i sig genom en icke animalie-baserad kost. Detta menar Livsmedelsverket (2020) även på minskar bland annat risken för tjock- och ändtarmscancer. Le & Sabaté (2014) visade även på att en vegansk diet minskar risken för hjärt och kärlsjukdomar, fetma, högt blodtryck och typ 2 diabetes. Att bli vegan av anledningen hälsan är därför något som det finns belegg för inom forskningen och kan förbättra vissa aspekter av hälsan.

3. Tidigare forskning och teori

3.1 Attityder mot veganism och påverkan av budskap, livsstil, politisk åskådning och könsnormer

Går det att förändra attityder gentemot en vegansk kosthållning med hjälp av att visa en dokumentär? Det undersökte Connon (2018) då han genom ett experimentellt utförd studie lät 30 personer, 29 kvinnor och 1 man, ta del av klipp från dokumentärfilmen 'Cowspiracy' (2014). Gruppen delades upp i två och för den ena visades det vilka konsekvenser en animalisk kosthållning har för klimatet och för den andra vilka konsekvenser, etiskt och moraliskt den har för djur. Studien kunde påvisa att det fanns en positiv förstärkning av befintliga attityder efter att ha visat klippen men inte att det skulle kunna finnas någon skillnad beroende på vilket budskap de visade.

MacInnis & Hodson (2015) undersökte, genom data insamlad från enkäter, befintliga attityder i samhället gentemot veganer och kunde där konkludera att vara vegan uppfattades mer negativt än exempelvis andra grupper utsatta för fördomar. Studien kunde också utläsa att människor tillhörande en mer konservativ ideologi ansåg veganism som mer negativt än personer med liberal politisk hållning. Det fanns även en könsstereotypisk värdering i att exempelvis veganska män rankades allra lägst av köttätande män. Detta med tanke på att vegetarianer och veganer generellt värderades lågt av män som hade en kost baserad på animalier. Veganism rankades under annan alternativ kostpreferens, som exempelvis glutenfri kost. Studien kunde också visa på att attityder mot veganism mycket väl kunde bero på av vilka skäl personen i fråga har valt en vegansk

livsstil. Är det på grund av klimat och djurrättsliga skäl så ansågs det som sämre än om det skulle vara av personliga hälsoskäl (MacInnis & Hodson, 2015).

I rapporten "Kan vi påverka folks miljöattityder genom information?" (Jagers et. al. 2009) gjord på uppdrag av regeringskansliet till expertgruppen för miljöstudier så undersökte Jagers et. al. (2009) om människors attityder gentemot miljöproblem blev påverkade av SR's radiokampanj 'Klimatfeber'. Detta genom enkäter där svar samlades in en tid innan för kampanjen och en tid efter. Kampanjen bestod i att samtliga kanaler i SR's utbud lade mer fokus på klimatfrågor under en vecka. De program som inte var fokuserade på nyheter och vetenskap fokuserade istället på vilka livsstilsval människor kan göra för att minska sin klimatpåverkan. Det finns alltså tecken på att de som i större utsträckning har tagit del av Klimatfeber påverkats på så sätt att de bedömer att de själva och deras närstående kommer drabbas av klimatförändringar i mindre utsträckning än de skulle gjort om de inte tagit del av radiosatsningen Klimatfeber. Studien kunde konstatera att det inte fanns några signifikanta skillnader i hur de undersökta uppfattade viktigheten av klimatfrågan i jämförelse med innan kampanjen. Det gick dock att utläsa en skillnad i lågutbildade och högutbildade där lågutbildade var mer mottagliga för att genomgå en förändring i attityd och att ändra sin livsstil efter att den nya informationen hade presenterats. Rapporten diskuterar även vidare huruvida radion som medium kan ha haft en påverkan på effekterna eftersom lyssnandet av radio ofta sker sekundärt. Informationsmättnad är också ett begrepp som tas upp och det diskuterades i rapporten om allmänheten hade kunnat bli mättade på information om klimatförändringar och därför inte kunnat ta till sig den. Något som inte studien i sig undersöker men diskussionen i studien är baserad på tidigare forskning som har resultat i den linjen (Jagers et. al. 2009).

Lindgren (2020) undersökte vilka reaktioner som kunde uppstå från studenterna när en svensk gymnasieskola införde veganmånad. Undersökningen gjordes kvalitativt och genom att intervjua elever på skolan. Resultatet i studien visade på att elever som var motståndare till beslutet upplevde veganmånaden som ett ideologiskt drivet beslut från vänsterkanten samt att en skola som är neutral inte lägger sig i vad studenterna äter. Förutom att uppfattas som politiskt motiverad så var det också något som var tätt förknippat med att vara politiskt korrekt samt kopplades negativt ihop till feministisk ideologi. Studenterna som var män i studien uttryckte det som att tjejerna fick precis som de ville men kunde heller inte reflektera över att den rådande kosthållningen på skolan också var, från början, ett politiskt drivet beslut (Lindgren, 2020).

Rothgerber (2013) undersökte hur en kosthållning baserad på animalier kan ha kopplingar till manlighetsnormen. I studien så upptäckte han att kvinnor ofta kände ånger efter att ha

ätit kött medan män ofta försvarade deras rätt att äta animalier baserade på argument om hälsa, hierarki och religion. Att känna för djuren ansågs av dessa män vara ett tecken på svaghet. Något som också skulle gå in på manlighetsnormen om att visa sig vara hård eller att inte visa känslor. Studien kunde också kartlägga att män som åt animalier såg på män med vegansk kosthållning som att de överger det manliga idealet till förmån för ett kvinnligt ideal (Rothgerber, 2013).

En annan studie gjord av Thomas (2016) utförde fyra psykologiska experiment för att utforska vilka uppfattningar det finns kring könsnormer och veganer och vegetarianer baserat på deras diet. Deltagarna i studien fick ta del av vignetter som beskrev en man eller kvinna och därefter så skulle deltagarna också värdera vilka personliga kvalitéer dessa personer hade, detta utifrån deras diet. I den upplevda maskuliniteten mellan köttätare och vegetarianer kunde inte Thomas (2016) hitta någon skillnad men däremot när det jämfördes mellan köttätare och veganer så ansågs veganerna mindre maskulina. För att ytterligare undersöka saken utfördes en till studie om det fanns en skillnad i utvärderingen av en vegan beroende på vilken grund som de har gjort sitt val kring sin kost. Här såg Thomas (2016) att de män som blivit veganer av eget val dömdes som mindre maskulina än de som gjorde det för hälsa. Valet av veganism var associerat med femininitet men inte veganism i sig, konkluderar studien (Thomas, 2016).

3.2 Altruism och egoism

I en experimentellt utförd studie av Phua, Jin & Jihoon (2019) utforskades det huruvida en grupp människor, i detta fallet unga kvinnliga universitetsstudenter, var mer benägna att sprida budskap på sociala medier kring veganism om det kommer från kända profiler och har ett visst budskap. Här konstruerade forskarna två budskap, ett altruistiskt och ett egoistiskt. Menat ett som påtalar de etiska och moraliska dilemman som en köttbaserad kost innebär, och den andra vilka hälsofördelar vegansk kost kan bära med sig. Detta utformades sedan som budskap från två kändisar, en kvinnlig och en manlig. Deltagarna i studien fick sedan ta del av materialet och svara på frågor efteråt. De deltagare som inte var köttätare sedan innan visade på en större benägenhet att sprida budskap vidare via eWoM (Electronic word of mouth) men också att de blev mer medvetna till att ändra sin egen kost för sin egen hälsas skull. Studien kunde inte visa att köttätare blev mer benägna att ändra på sina kostvanor efter att ha blivit utsatta för materialet (Phua, Jin & Jihoon, 2019).

I en studie av Yadav (2016) så undersöktes huruvida altruistiska eller egoistiska motiv påverkade ungas konsumtion av ekologiska livsmedel. Studien gjordes med hjälp av svar från totalt 300 deltagande som fick svara på frågor i en enkät. Här uppmättes bland

annat om attityder var direkt motiverade av altruism eller egoism. Studieobjekten fick bland annat ta ställning till frågor såsom *“Jag väljer noggrant vilka livsmedel jag konsumerar för att försäkra mig om god hälsa”* eller *“Balansen i naturen är ömtålig och kan lätt rubbas”*. Studien kom fram till att de svarande som var mellan åldrarna 18–30 alla motiverade sina attityder kring att handla ekologiskt med både altruistiska och egoistiska motiv. Men kom också fram till att egoistiska motiv, alltså hälsoaspekter, hade en starkare korrelation till att förstärka de utfrågades attityd mot att köpa ekologiska livsmedel. Gentemot tidigare studier som undersöker attityder och altruism och egoism så hade denna studien ett jämnare urval vad det gäller kvinnor och män (Yadav, 2016).

3.3 Veganism i etablerade medier

Med empiriskt insamlad data kunde en studie (Lundahl 2020) undersöka hur veganism har representerats i en av de stora brittiska tidningarna, The Daily Mail, mellan åren 2007–2014. Studien undersöker också hur kändisskap kan ha varit den drivande faktorn i att veganism blivit en trend de senaste åren och kunde konstatera att innan 2010 var antalet artiklar om veganism negativt inställda till trenden större än de positiva. När sedan artiklar som positivt kopplade samman veganism med kändisar började publiceras så minskade helt plötsligt antalet negativa artiklar och de positiva artiklarna (Utan fokus på kändisar) ökade även, om än inte lika mycket som de med kändisar. Intressant att notera att parametern för en positivt vinklad artikel i studien var ‘A healthy diet’, alltså inte några kategorier som inkluderat varken klimat eller djurrätt.

3.4. Framing

Framing, eller gestaltningsteorin innebär att inramningen för hur information presenteras är avgörande för vilka val som människor gör kring den informationen. Detta betyder att sättet som budskapet inramas eller struktureras influerar meddelandets mening. Det vanligaste sättet som gestaltningen används på är genom medierna och informationen som de framför. Detta är inte bara ett sätt att säga till publiken vad de ska tänka på, som i fallet med agenda-setting theory, utan också hur de ska tycka kring ett visst problem (Goffman 1974). Detta skulle innebära att tolkningen av veganism skulle kunna vara beroende på hur budskapet formuleras över medier och andra informationskanaler.

Entman (1993) beskriver framing som urvalet att välja vissa aspekter av en upplevd verklighet och framhäva dessa aspekter i exempelvis en text. På så sätt så framhävs en viss definition av ämnet, en kausal tolkning, moralisk utvärdering och vilken lösning som texten rekommenderar för ämnet som tas upp. Den som kommunicerar det givna ämnet gör

också medvetna eller icke-medvetna val kring inramningen vilket också förstärks av nyckelord, stereotypa bilder, källor och meningar som stärker tematiken ytterligare.

Entman (1993) beskriver också begreppet "Salience" som att informationen som nämns ska vara meningsskapande vilket i sin tur gör att informationen lättare stannar kvar hos läsaren. Något som kan göras genom att repetera informationen för att på så sätt skapa konnotationer till ämnet och vilken kategori som ämnet tillhör. Något som med veganism är framträdande eftersom det ofta pratas om i den allmänna diskursen som något relaterat till altruism, i.e. för djuren eller för klimatet, eller relaterat till egoism, i.e. för den egna hälsan och vilka fördelar som kommer med det.

Inramningen av en text, fortsätter Entman (1993) bestämmer hur ett ämne presenteras och hur människor i sin tur ska agera på ämnet. Vilket skulle betyda att framing har en effekt på en viss grupp av läsare men antagligen inte en universell effekt. Inramningen kan också ta uppmärksamhet från andra lösningar eller andra problem som finns med ämnet och lösningen som presenteras (Entman 1993). Vilket blir fallet både med ett altruistiskt eller egoistiskt budskap inom veganism, då veganism kanske skulle kunna vara en komponent i att bekämpa klimatförändringar men det är långt ifrån den enda lösningen, eller att en vegansk kost i sig inte strikt innebär en hälsoförbättring för alla även om veganer med detta synsätt kan hävda det. Men i och med att lösningen presenteras både för det altruistiska och egoistiska budskapet så riktar också nyhetstexterna uppmärksamheten åt ett visst håll, så som Entman (1993) också hävdar.

3.5 Sammanfattning av tidigare forskning

I litteraturöversikten presenteras studier som har berört veganism och attityder kring ämnet och vad som ligger bakom dessa. När det gäller konstruerade budskap som i fallet med Connors (2018) studie så verkar budskapen förstärka befintliga attityder, oberoende om de presenteras som ett fall för klimatet eller ett fall för djurrätt. MacInnis & Hodson (2015) kunde visa på att attityderna gentemot veganism var beroende på vilken politisk predisposition personen sedan innan hade. Där hade de konservativa en negativ inställning till veganism, dock inte lika mycket om personen var vegan av hälsoskäl. Något som också verkar vara representativt i Lindgrens (2020) studier där en veganmånad uppfattades som feminint av de manliga eleverna men också att det var tätt förknippat med en politisk ideologi, närmare bestämt en vänsterliberal sådan. Lindgren (2020) kunde också påvisa att veganmånaden uppfattades som normbrytande men att det inte fanns en diskussion mot de som var motståndare till den kring hur rådande norm också kan vara något politiskt. Jagers (m.fl 2009) kunde inte se att kampanjen klimatfeber hade påverkan i någon större

utsträckning på befolkningen och diskuterade huruvida det fanns en informationsmättnad kring frågan om klimatförändringar och att det därför var svårt att se några tydliga resultat kring attityder för klimatet.

Studierna som har undersökt könsnormer och kopplingen till veganism visar på att det finns en manlighetsnorm kopplad starkt till oppositionen av växtbaserad kost (Lindgren 2020; Rothgerber 2013; Thomas 2016). Thomas (2016) studie visar bland annat på att veganska män dömdes hårdare om de gjorde det utifrån ett eget val, gentemot om de var tvungna att göra det på grund av exempelvis hälsoskäl. Något som även liknar MacInnis & Hodsons (2015) slutsatser då konservativt lagda personer var mer benägna att värdera en person negativt om den var vegan utifrån klimat eller djurrätt gentemot för hälsan.

Phua (et. al. 2019) såg att de som var mest mottagliga för att agera efter att ha blivit utsatta för ett budskap var de som redan var inne på spåret att ställa om kosten till en vegansk sådan, alltså icke-köttätare. Detta skulle också kunna vara grund för att icke-köttätare inte bara är mer receptiva för budskap kring veganism men också att de är villiga att agera för att sprida budskap kring veganism om de får chansen. Yadov (2016) såg att egoistiska motiv till att köpa ekologiska livsmedel var större hos unga vilket öppnar upp för frågan om människor motiverar sina attityder gentemot veganism utifrån ett altruistiskt kontra egoistiskt rättfärdigande. Den sista studien som handlade om mediernas rapportering (Lundahl 2020) fokuserade snarare på mediernas behandling av ämnet över tid och att det också hade skiftats från att rapporteras som negativt till positivt. Eftersom studien mätte över en tid finns det anledning att kolla på om olika åldrar därför kan ha olika typer av infallsvinklar när det kommer till tolkningen av en viss typ av budskap som de utsätts för, relaterat till veganism.

3.6 Inomvetenskaplig problematisering

Tidigare studier har undersökt ett brett fält av veganism och bland annat vilka befintliga attityder som kopplas till fenomenet. Ur de sammantagna studierna går det att avläsa parametrar som gäller för vilka förutsättningar för att ett budskap ska tolkas på ett visst sätt. Dessa bygger på politisk predisposition, kön, ålder och vilken typ av budskap som presenteras för subjektet. Den tidigare forskningen presenterar också altruistiska och egoistiska budskap i förhållande till veganism och visar på att budskapen kan spela roll för en förstärkning av befintliga attityder men inte hur de spelar roll för tolkningen av de två olika budskapen.

Här går det att se hur ett tolkande perspektiv skulle kunna lyftas och försöka förstå för vilka attityder som relaterar till veganism utifrån kön, ålder och politisk predisposition (MacInnis & Hodson 2015; Yadav 2016; Rothgerber 2013; Thomas 2016; Lindgren 2020) och hur dessa relaterar till altruistiska och egoistiska budskap (Yadav 2016; Phua, Jin & Jihoon 2019). Phua, Jin & Jihoon (2019) visar också på att icke-köttätare är mer benägna att sprida budskap om veganism. Genom att kombinera dessa parametrar och fokusera på icke-köttätare som grupp går det att finna en väg för studien och fylla en lucka inom forskningen.

4. Syfte och frågeställningar

Syftet med studien är att bidra med förståelse kring hur budskap tolkas beroende på dess inramning genom att analysera hur icke-köttätare tolkar altruistiska och egoistiska budskap om veganism i nyhetsmedierna och att förstå likheter och skillnader beroende på kontextuella och individuella faktorer.

För att besvara syftet har nedanstående tre frågeställningar formulerats:

F1: Hur tolkar respondenterna altruistiska och egoistiska budskap i nyhetsmedierna beroende på nyhetens inramning?

F2: Hur tolkar respondenterna altruistiska och egoistiska budskap i nyhetsmedierna beroende på det kontextuella sammanhanget könsnormer?

F3: Hur tolkar respondenterna altruistiska och egoistiska budskap i nyhetsmedierna beroende på individuella olikheter?

För att besvara F1 så använder sig studien av framing som teori för att på så sätt analysera inramningen av det altruistiska kontra egoistiska budskapet och den lösning som presenteras i form av veganism. För de övriga frågeställningarna så kommer tidigare forskning att användas för att analysera och jämföra det med resultatet som studierna påvisar. Eftersom parametrarna är hämtade från den tidigare forskning finns det en stark jämförelsegrund att stå på i analysen av resultatet.

5. Metod, material och urval

Eftersom en del av studiens syfte är att förstå *hur* budskap tolkas beroende på dess inramning, könsnormer (Rothgerber 2013: Thomas 2016: Lindgren 2020), politisk predisposition (MacInnis & Hodson 2015: Lindgren 2020) och ålder (Yadav 2016) så görs den med en kvalitativ ansats snarare än en kvantitativ. Detta eftersom undersökningen inte vill mäta frekvens eller antal av något utan istället efterlyser en djupare förståelse för tolkandet av altruistiska eller egoistiska budskap (Esaiasson et. al. 2017).

5.1. Fokusgrupper

De frågeställningar som studien ställer sig har i uppgift att undersöka ett färre antal parametrar, det vill säga könsnormer, politisk predisposition, ålder och budskapets inramning. Enligt Esaiasson (et. al. 2017) är fokusgruppintervjuer fördelaktiga när ett färre antal parametrar ska undersökas djupare. Eftersom det är fler respondenter i en fokusgruppintervju är det också möjligt att studera samspelet mellan deltagarna under intervjutillfällena. Därför valdes att undersöka parametrarna med hjälp av fokusgruppintervjuer.

Upplägget på fokusgruppintervjuerna är inspirerat av tidigare forskning som har använt sig av budskap eller undersökt budskap i relation till veganism och tolkandet av dessa budskap. I Connors (2019) studie så utfördes ett experiment för att se om olika typer av budskap kring veganism uppfattas olika beroende på om hur budskapen är utformade. Connon (2019) presenterade då information i form av två klipp från en dokumentärfilm med två olika budskap. Perspektivet som Connon (2019) presenterar kan studien ta med sig, framförallt hur Connon (2019) presenterade ny information inför studieobjekten gällande budskap inom veganism. För att motivera användandet av fokusgrupper behöver dock studien mer kött på benen. Här kommer Heuer och Zimmermann (2020) in i bilden. I deras studie använde de sig av vignetter för att på så sätt introducera ny information till en fokusgrupp. Vignette innebär ett förberett inslag i intervjun som tillhandahåller respondenterna ny information. I studien av Heuer och Zimmermann (2020) användes vignetter för att låta samhällsgrupper tilldela '*deservingness*' till andra samhällsgrupper. Deltagarna som antingen ingick i gruppen äldre, invandrade, unga eller familjer fick på en skala dela ut '*deservingness*' till de andra grupperna och huruvida de var förtjänta av att motta välfärdsmedel. Vignetten användes delvis för att direkt mäta svar men också som en grund för diskussion och samtal mellan de deltagande. På liknande sätt så använder sig den här studien av vignetter men istället för att mäta *deservingness* så presenterades istället två

olika nyhetstexter till respondenterna. De två nyhetstexterna representerade ett altruistiskt och egoistiskt budskap eftersom studien önskar besvara hur respondenterna tolkar budskapen utefter inramning, könsnormer och andra individuella olikheter. Med grund i Heuer och Zimmermanns (2020) studie och med inspiration från Connon (2018) experimentella studie blir metodens utformning att använda sig av altruistiska eller egoistiska budskap i form av vignetter och använda sig av dem som underlag i fokusgruppintervjuerna. Altruism och egoism som teman är hämtade från tidigare forskning och något som gjordes av Yadav (2016) och Phua, Jin & Jihoon (2019).

Det finns anledningar till att den här studien skulle använda sig av experimentell metod istället för fokusgrupper. Detta rättfärdigas bland annat av att Connon (2018) och Phua, Jin & Jihoon (2019) använder sig just av experimentell metod och hade också liknande ambition med att undersöka hur budskap kan förstärka vissa attityder. Eftersom en experimentell ansats kräver ett randomiserat urval (Esaiasson et. al. 2017) så blir det svårt att utföra, givet studiens tidsramar. Därför har istället fokusgrupper valts som den givna metoden. En fördel med fokusgrupperna är att urvalet kan vara strategiskt och jag kan bestämma vilka som ska delta i de olika fokusgrupperna i jämförelse med en experimentell ansats. Enskilda intervjuer hade kunnat fungera för studien, men eftersom studien undersöker ett mindre antal parametrar så anser jag att de gynnas av det samspel som uppstår mellan deltagarna i en fokusgruppintervju. Tack vare samspelet och diskussionerna som kan uppstå går det att gå ner ännu mer på djupet i de frågor som behandlas (Esaiasson et. al. 2017).

Sammanfattningsvis så använde sig studien av vignetter för att presentera budskap om veganism utifrån antingen ett altruistiskt eller egoistiskt perspektiv under de två intervjutillfällena. Under tillfällena fick en fokusgrupp utefter de två presenterade budskapen svara på frågor för hur de tolkade budskapens inramning, könsnormer och andra individuella olikheter som bland annat inkluderar politisk predisposition och ålder.

5.2 Urval

Inför studien gjordes två olika urval. Det första urvalet gällde de texter som var vignetter under fokusgrupp-tillfällena och den andra vilka personer som ska delta i studien. Både urvalen är strategiska då jag valde hur fokusgrupperna ska vara sammansatta och vilka texter som ska inkluderas (Esaiasson et. al 2017). Eftersom urvalet är strategiskt är det inte heller representativt för en hel population och därför inte generaliserbart i den bemärkelsen. Däremot använder sig studien av tidigare forskning och teori för att analysera materialet så det går därigenom att uppnå analytisk generalisering (Esaiasson et. al. 2017).

Där menat att resultatet ska kunna hitta sin generaliserbarhet genom teorin och tidigare forskning. Under [bilaga 2](#) går det att se de nyhetstexter som var vignetter under fokusgrupp-tillfällena och under [bilaga 3](#) går det att se respondenterna som deltog.

5.2.1 Urval av texter

I motiveringen av de nyhetstexter som jag har valt att använda mig av är att de främst ska representera ett altruistiskt och ett egoistiskt budskap. Här replikerade jag altruism och egoism som teman som har tagits upp av tidigare forskning (Phua Jin & Jihoon 2019; Yadav 2016). Yadav (2016) använde i sin enkätstudie altruism och egoism genom att ställa frågor till sina respondenter såsom "Jag försäkrar mig om att de livsmedel som jag köper är bra för hälsan" eller "Naturens balans är väldigt skör och kan lätt bli rubbad". Med detta menat ett egoistiskt synsätt respektive ett altruistiskt synsätt. I Phua, Jin & Jihoons (2019) studie så konstruerades två budskap också utifrån altruism och egoism som hävdade att två kändisar upplevt hälsofördelar (egoism) eller att den gjorde det för de miljöfördelar som kosten förde med sig (altruism).

Jag använde mig också av Entmans (1993) teoretiska ramverk kring inramning för att hitta nyhetstexter som ramar in problemet i önskvärd riktning. Här utgick jag från att texterna uppfyller de krav som Entman målar upp för att inramning ska vara lyckad. Då att den presenterar en definition av ämnet, en kausal tolkning, en moralisk utvärdering och en lösning på problemet som presenteras. Vidare är det viktigt att texterna använder sig av meningar och nyckelord för att stärka tematiken ytterligare och att inramningen blir tydlig för den som ska läsa. För att säkerställa att Entmans (1993) definitioner uppfylls så manipulerade jag också texterna ytterligare, vilket jag kommer gå igenom i [5.3.1 Manipulering av nyhetstexter](#).

Genom att försäkra mig om att texterna valdes utefter samma typ av teman som även tidigare forskning har gjort (Phua Jin & Jihoon 2019; Yadav 2016) och det teoretiska ramverk som Entman (1993) presenterar i form av framing så kan studien också säkerställa god begreppsvaliditet inför operationaliseringen av det material som behövde förberedas inför studiens utförande (Esaiasson et. al. 2017).

5.2.2 Urval av respondenter

Eftersom tidigare forskning tar upp ålder (Yadav 2016) som en parameter för att tolkandet av budskap och livsmedel så är det relevant att se hur olika åldersgrupper tolkar ett budskap. Här finns det också ett intresse av att trenden i Sverige visar på att unga i allt

större utsträckning väljer en växtbaserad kost och att därför jämföra detta med en äldre generation (Jordbruksverket 2018).

I övrigt så begränsar sig studien till icke-köttätare eftersom de i någon mån redan har gjort ett val kring att ändra sin kost och därför bör ha åsikter och tankar kring bakomliggande parametrar för sitt val av kost. Med det sagt så innefattar icke-köttätare ett ganska brett spektra där lakto-ovo-vegetarianer, veganer, pescetarianer alla ingår. Vilket också kan påverka den inre validiteten. Eftersom detta är en okänd faktor som berör båda grupperna lika mycket görs ändå det valet. Utifrån tidigare forskning är det relevant att se på icke-köttätares tolkning bland annat på grund av att de var mer benägna att sprida ett altruistisk eller egoistiskt budskap i en experimentell studie (Phua, Jin & Jihoon, 2019) och det blir därför intressant att ta reda på om dessa två budskap värderas likadant i en kvalitativ studie. Uppdelningen blir således denna med förbehåll för att samtliga är personer med en positiv inställning till vegansk eller icke-animalisk kost.

1. En yngre fokusgrupp (18–30 år)
2. En äldre fokusgrupp (45–60)

För att hitta personer som passade in på urvalet så annonserades det i diverse facebookgrupper riktade mot veganer och vegetarianer. Dessa var bland annat 'Veganer och vegetarianer i Sverige', 'Veganer som vill snacka' 'Vad lagar du för veganmat idag?' 'Veganställen i Göteborg'. I samtliga grupper var det inget krav att vara vegan utan det var till för alla som var nyfikna att ändra sin kost mot en växtbaserad sådan vilket också passar in med ambitionen att hitta icke-köttätare till urvalet. Till de som anmälde intresse skickades det sedan ut ett e-post och en inbjudan att delta i en gruppintervju via zoom. När tidpunkten för den yngre gruppintervjun kom så var det totalt 4 personer som deltog och för den äldre fokusgruppen så var det 3 stycken som deltog. För att säkerställa anonymitet för de deltagande så används också olika namn i resultatredovisningen av de svar som respondenterna har gett. Se [Bilaga 3](#) för hela respondentgalleriet.

5.3 Insamling av data

Inför insamlingen av data till studien så var det två saker som behövde förberedas. Det ena var manipulerandet av de nyhetstexter som jag har valt och det andra var en intervjuguide. Se [Bilaga 1](#) och [Bilaga 2](#) för det bearbetade materialet. Nyhetstexterna avser egoistiska eller altruistiska budskapet och presenterar veganism som en lösning till klimatförändringar eller som en lösning på att förbättra den egna hälsan. Därför tar texterna upp explicit dessa ämnen. Detta knyter an till syftet med studien att undersöka hur tolkandet kan skifta

beroende på om veganism presenteras i ett altruistiskt eller egoistiskt budskap och inramningen av dessa. I de empiriska frågorna så är altruistiska och egoistiska budskap huvudkomponenter när studien också avser hur dessa budskap relaterar till inramning, könsnormer och individuella olikheter.

5.3.1 Manipulering av nyhetstexter

Den första texten som jag har valt är en artikel skriven av SVT **“Forskare: Åt veganskt om du vill minska ditt avtryck på jorden”** som kort beskrivet tar upp en rapport publicerad av The Guardian att vegansk kost är den största individuella förändring en person kan göra för att bekämpa klimatförändringar. Texten förmedlar tydligt ett altruistiskt budskap med veganism som lösning som både återkopplar till tidigare forskning och det teoretiska ramverket (Phua, Jin & Jihoon 2019; Yadav 2016; Entman 1993). Texten presenterar veganism som en lösning för att bekämpa klimatförändringar och presenterar en kausal tolkning i att vegansk kosthållning är något som gynnar klimatet, därigenom också en moralisk utvärdering av ämnet (Entman 1993). Bland annat står det i texten *“Ett uteslutande av animaliska produkter i din kost är mycket mer effektivt än att skära ner på flygandet eller att köpa en elbil när det gäller ditt avtryck på jorden, menar Joseph Poore, enligt tidningen”* Det behövdes inte göras några större manipulationer av texten på grund av den redan existerande tydligheten. De förändringar som gjordes med anledning av att det inte skulle vara uppenbart var texten kom ifrån var av typografisk karaktär. Se [Bilaga 2](#) för hela den manipulerade texten.

Den andra texten som jag har valt presenterar det egoistiska budskapet och hette ursprungligen **“Vegansk kost optimal för hälsa och miljö - Vad gör vi nu?”**. Den är skriven av organisationen *‘Läkare för framtiden’* och som titeln föreslår så presenterar den både anledningar till varför vegansk kost är bra för hälsan samt för miljön. Därför krävdes det ytterligare manipulering av den texten då jag framförallt vill förmedla ett egoistiskt budskap med texten. Därför har exempelvis titeln blivit ändrat till att enbart säga **“... för hälsa”** eftersom att jag vill separera budskapen. I den färdiga texten står det bland annat *“Publikationer från Adventist Health Study har upprepat visat att ohälsa minskar ju mindre livsmedel från djurriket som äts [...] Interventionsstudier där helt växtbaserade kostmönster uppmuntras uppvisar överlägsna resultat i att bromsa och t.o.m. vända sjukdomsförlopp”*. Vilket tydligt presenterar ett problem i form av ohälsa men också lösningen i form av växtbaserad kost. Därigenom så uppfyller även den andra texten de krav på inramning som Entman (1993) ställer upp samt att budskapet som egoistiskt betraktat går i linje med vad tidigare forskning har definierat (Phua, Jin & Jihoon 2019; Yadav 2016). Ytterligare så kortades texten ner för att ha liknande mängd text som artikeln från SVT. De altruistiska

budskapen som nämns i texten, som exempelvis fördelarna med en vegansk kosthållning mot klimatet skalades också bort för att framhäva det egoistiska budskapet. I originaltexten står det bland annat "Om en växtbaserad kost kan vara optimal ur hälsosynpunkt och dessutom ger störst miljövinster,..", eftersom avsikten är att framhäva hälsoargumentet så har den formuleringen och andra liknande formuleringar modifierats. Se [Bilaga 2](#) för hela den manipulerade texten.

5.3.2 Intervjuguide

I intervjuguiden så utgick jag från att besvara de frågeställningar som studien avser behandla utifrån framing som teori samt tidigare forskning. Detta inkluderar hur inramningen av altruistiska eller egoistiska budskap kan tolkas genom könsnormer och individuella olikheter som bland annat inkluderar politisk predisposition och ålderskillnader. Jag utgick från de empiriska frågeställningarna och har därefter utformat frågor som svarar på de frågorna. Nedan i operationaliseringen ges exempel på hur dessa frågor har utformats. Viktigt att notera är att intervjuguiden ska fungera som just en guide där det också finns utrymme att fånga upp spontana inslag som kan komma att dyka upp under intervjutillfällena, detta för att inte låta min roll som intervjuare färga respondenternas svar allt för mycket (Esaïasson et. al. 2017). Hela intervjuguiden går att hitta under [Bilaga 1](#).

5.4 Operationalisering

F1: "Hur tolkar respondenterna altruistiska och egoistiska budskap i nyhetsmedierna beroende på nyhetens inramning?"

För att operationalisera den första frågeställningen i intervjuguiden så sammanställde jag frågor för att extrahera respondenternas tolkning av inramningen. Inledningsvis så frågade jag deltagarna vad de anser om artikeln i stort för att på så sätt också inleda diskussionen kring ämnet. Därefter frågade jag grupperna vad de anser om veganism som en lösning på klimatförändringar och som lösning för att få en bättre hälsa. Detta relaterar direkt till inramningen eftersom lösningen som presenteras för dessa utmaningar, som är veganism, presenteras i texten. För att analysera svaren som respondenterna ger så analyserade jag utifrån framing och Entmans (1993) teoretiska ramverk. Under intervjutillfällena försökte jag fånga upp eventuella predispositioner som respondenterna har relaterat till artikeln, som också det utgår från Entman (1993) och där ibland om de hade en viss definition av ämnet, tolkat det i en viss kausal riktning, utvärderat innehållet i en moralisk riktning eller om några specifika nyckelord tolkas annorlunda.

Eftersom Entman (1993) också pratar om hur människor till olika grad är beredda att agera på inramningen blir det här också intressant att se huruvida respondenterna ger uttryck för om inramningen i budskapen och den allmänna debatten har varit formgivande i deras ställningstagande och agerande i verkligheten. För att ta reda på detta ställde jag bland annat frågan *“Är klimatförändringarna/ hälsan en av anledningarna till att ni ändrar er kost?”* för att svara på om inramningen och diskursen var avgörande för valet att ändra sin kost.

F2: “ Hur tolkar respondenterna altruistiska och egoistiska budskap i nyhetsmedierna beroende på det kontextuella sammanhanget utifrån könsnormer?”

För att kunna extrahera ut åsikter och värderingar som respondenterna i fokusgrupperna har gällande könsnormer så frågade jag bland annat om de tror att det finns några bakomliggande könsnormer till att välja en växtbaserad kost utifrån det egoistiska eller altruistiska budskapet. Efter att gruppen hade fått diskutera frågan mer öppet ställde jag frågan om det är mer laddat utifrån ett könsnormativt perspektiv att välja veganism på grund av klimatet eller på grund av den egna hälsan och vad respondenterna tror att det beror på. Exempel på frågor som ställdes under intervjutillfällena är: *“Är det en skillnad mellan manliga och kvinnliga förhållningssätt?”* eller *“Hur ser samhället på män eller på kvinnor som väljer en vegansk kost med anledning att förbättra den egna hälsan?”*

För att analysera resultatet så använde jag mig av tidigare forskning (Lindgren 2020: Rothgerber 2013: Thomas 2016). Här används den tidigare studien för att se om det finns liknande upplevelser som stämmer överens med respondenternas svar och om det finns några särskilda manliga eller kvinnliga värderingar i hur budskap kring veganism kan tolkas. Detta jämfördes sedan med den tidigare forskningens resultat för att se om det fanns några avvikande svar och vilka likheter och skillnader min studie har genererat i förhållande till dem.

F3: “Hur tolkar respondenterna altruistiska och egoistiska budskap i nyhetsmedierna beroende på individuella olikheter?”

För frågeställning nummer tre så ställde jag i intervjuguiden frågor huruvida gruppen bland annat ser på hur olika åldrar ser på veganism som en lösning för bättre hälsa eller som en lösning på klimatförändringar. Jag frågade också om de tror att det finns några generationsskillnader och olika attityder som kan kopplas samman med valet av kost. För den tredje frågeställningen försöker jag i intervjuguiden extrahera individuella motiv beroende på ett altruistiskt eller egoistiskt budskap. Detta innebär bland annat att

följdfrågorna består av att fråga de deltagande om det finns några politiska motiv till att någon väljer vegansk kost med altruistisk eller egoistisk motivering. Exempel på frågor som ställdes under intervjutillfällena är *“Finns det andra individuella motiv som spelar in för valet av veganism för att förbättra den egna hälsan?”* eller *“Är valet att äta vegansk kost för den egna hälsan politiskt laddad eller inte?”*

För att kunna analysera svaren så användes bland annat tidigare forskning på ämnet där Lindgren (2020) kunnat konstatera bland annat att veganism uppfattas som en politisk laddad fråga och kopplas också samman med en vänsterliberal ideologi av de som motsätter sig veganismen. Liknande resultat reflekteras i studien av MacInnis & Hodson (2015) då det fanns en större benägenhet bland konservativt tyckande att uppfatta veganism som negativt, särskilt om personen var vegan med anledning av klimatförändringar eller av djurrättsliga skäl. Yadav (2016) användes eftersom resultatet i hans studie visade på att unga valde ekologiska livsmedel med en egoistisk motivering till större grad. Detta bidrar till analysen genom att se hur olika åldrar ser på varandra och om de tillskriver dem olika typer av motiv för sina kostval.

5.4.1 Transkribering av det insamlade materialet

Efter att intervjuerna hade gjorts så transkriberades materialet. Detta gjordes inom 24 timmar och i kombination med anteckningar från intervjuerna. Detta för att inte mista något i respondenternas kroppsspråk, tonläge eller annat som jag skrev ner under intervjutillfällena, som skulle kunna ha betydelse redovisningen av resultatet. Efter detta gjordes en sammanställning av citaten i ett separat dokument för att på så sätt välja de som var mest relevanta utefter mina frågeställningar och syfte.

5.5 Studiens validitet, kvalitet och etik

För att säkerhetsställa kvalitén på studien så är det viktigt att studien har god reliabilitet och validitet. Validiteten avgörs om studien undersöker det som den avser undersöka. För att detta ska kunna säkerhetsställas så måste material och operationalisering reflektera det teoretiska ramverk som studien avser använda sig av (Esaiasson et. al. 2017). Eftersom undersökningens parametrar är direkt hämtade från tidigare forskning och det teoretiska ramverket, det vill säga könsnormer (Lindgren 2020; Rothgerber 2013; Thomas 2016), ålder (Yadav 2016; Macinnis & Hodson 2015), inramning (Entman 1993) utifrån altruistiska eller egoistiska budskap (Phua, Jin & Jihoon 2019; Yadav 2016) så lyckas också studien med att uppfylla kraven på att vara förankrat i teori och därmed också har validitet. Den tidigare forskningen och teorin är också använd vid operationaliseringen av nyhetstexterna och intervjuguiden vilket ytterligare stärker validiteten. Om den insamlade empiriska datan

skulle bli tillskrivet egenskaper som inte finns så hade det kunnat påverka studiens resultat. Därför är det viktigt för mig att låta datan prata för sig själv och att jag också med hjälp av ett utvecklat teoretiskt ramverk och medvetenhet kan undvika att problem likt det uppstår (Bergström & Boréus 2012).

En utmaning med användandet av fokusgrupper som metod var att balansera de olika personligheterna i gruppen. Det var dels en balansgång att låta åsikter komma till tals men också att veta när jag skulle styra in samtalet åter igen på den ställda frågan. Detta kan ha påverkat resultatet i en riktning eller annan men det var också något jag var medveten om kunde hända. Åtgärder som togs var att jag var medveten om att vissa personligheter kan dominera i en fokusgruppmiljö och att jag som samtalsledare ska fördela ordet så rättvist som möjligt mellan alla deltagare (Esaiasson et. al. 2017:330-335). Mer konkret så följde jag under gruppintervjuerna punkterna som Esaiasson (et. al. 2017: 330-335) skriver om att rikta frågor mot någon som jag uppfattade hade fått lite utrymme eller i varje introducerat ämne avslutningsvis fråga om någon hade fler tankar.

Under de två fokusgruppstillfällena så var det 3 respektive 4 deltagare. Något som inte ingick i den ursprungliga planen då jag hoppades på 5-6 deltagare per grupp. Detta var något som var svårt att förutse och om det varit en större tidsram för studien hade jag tänkt om gällande marknadsföringsaspekten av studien. En fördel och nackdel med att ha mindre grupper är att det finns utrymme att dela idéer men att studien också genererar ett mindre urval av idéer (Millward 1997) något som jag anser stämmer in med studiens utförande men också att de idéer som diskuterades gjordes så grundligt, vilket kanske inte hade gått med ett större antal deltagare.

5.5.2 Etiska överväganden

Eftersom det hölls två fokusgruppintervjuer vilket därmed också involverar andra människor så var det viktigt för mig som samtalsledare att respektera de deltagandes integritet och värde. Därför så vidtogs också åtgärder för att ingen skulle känna sig hämmad eller obekvämt i situationen. Bland annat så klargjorde jag inledningsvis under intervjutillfällena att ett så öppet och fritt samtal som möjligt är ambitionen. Jag poängterade också att alla tankar, synpunkter, åsikter och värderingar är välkomna, dels för att det gynnar studien men också för att vara tydlig mot respondenterna att det inte finns några rätt och fel utan att alla tankar är viktiga (Esaiasson et. al. 2017: 330-335). I övrigt så klargjordes även att alla respondenternas svar är anonyma vilket har reflekterats i studiens resultatredovisning där pseudonymer har använts.

6. Resultat och analys

Under det här kapitlet så kommer jag att redogöra för det resultat och de svar som fokusgruppintervjuerna har genererat. I varje underrubrik så kommer jag först att redogöra för den äldre fokusgruppens svar för att sedan gå igenom den yngre. De empiriska frågeställningarna besvaras i fallande ordning där 7.1, 7.2 och 7.3 motsvarar F1-F3. Efter att resultatet har redovisats följer en analysdel där jag genom teori och tidigare forskning analyserar resultatet.

6.1 Inramningen av altruistiska och egoistiska budskap

I den här delen så kommer jag att redogöra för de tolkningar som respondenterna i fokusgrupperna gav beroende på artikelns inramning, det vill säga huruvida artikeln utgår från ett altruistiskt eller ett egoistiskt perspektiv.

6.1.1 Den äldre fokusgruppens tolkning av budskapens inramning

Det altruistiska budskapet

När samtliga i den äldre fokusgruppen fick ta del av det altruistiska budskapet så fanns det en konsensus i att begreppet veganism användes på ett missvisande och förenklat vis. Efter att ha tagit del av texten om veganism och klimatförändringar, höll alla i det äldre segmentet med om att det fanns problem med att måla upp veganism som en lösning till klimatförändringar. Två av deltagarna uttryckte det på följande vis.

Daniela: "Det är två olika saker, och man blandar den benämningen, det är mycket missförstånd. Inte många som förstår vad vegan betyder. Växtbaserad mat, klimat, det är två olika begrepp två olika saker, två olika causes. "

Lina: "Jag tycker nog också att veganism i den här artikeln är lite förenklat [...] Det finns fler dimensioner än att bara utesluta det animaliska proteinet. "

En av respondenterna, Irina, höll med också om att veganism användes på ett förenklande sätt men att förklaringen till detta var vilka som artikeln riktade sig emot och att de inte är lika bekanta med begreppen som någon som är mer insatt i ämnet.

Irina: "...det är ett bekymmer med terminologiförväxling. Eftersom den här artikeln är riktad till The guardians läsare och vanliga människor och för dom är det

förståeligt [...] Om det på vägen dessutom bidrar till att få bättre klimat så är det en helt annan grej. Jag tycker att det är jättebra att man forskar på det och berättar för allmänheten om att detta har faktiskt effekt [...] men det är inte veganism för mig”

Lina som eftersökte nyansering var dock inte ointresserad av klimatfrågan i avseende till veganism och att ändra sina kostvanor men tyckte att det ofta blev förenklat som att veganska produkter alltid är bra för klimatet bara för att de är veganska. Till skillnad från Daniela som tidigare resonerat som att klimat och veganism är två olika typer av frågor.

Lina: “...jag är väldigt intresserad av klimatfrågan och ibland känner man att det ibland kan bli väldigt väldigt förenklat. Om någon säger ‘åh jag köpte veganläder’ så kan jag ställa mig frågande ‘Vart är det producerat? och hur?’ Då börjar jag tänka det här är ingen bra grej för klimatet. “

Daniela tog bland annat upp aspekten av influgen mat som förvisso är vegansk men som har ett större klimatavtryck.

Daniela: “...vi (i kontexten av arbetsplatsen) försöker att inte flyga in frukt och grönt till den mån det går men fortfarande så finns det produkter som avokado och tropiska frukter och det är väldigt svårt att balansera och det är ju också vegetariska produkter vilket kanske är bättre för klimatet men hur du transporterar det och den biten till konsumenten spelar ju också roll [...] Fast självklart är ju avtrycket betydligt mycket mindre när det gäller grönt (jämfört med kött). “

I den sista meningen ger Daniela uttryck för att den växtbaserade kosten är bättre för miljön även om den är influgen i jämförelse med animaliska produkter.

Det egoistiska budskapet

Nedan beskrivs de tolkningar som den äldre gruppen har gjort gällande det egoistiska budskapet, alltså veganism relaterat till hälsa.

Så som jag har tagit upp tidigare så uttrycktes det i den äldre gruppen att begreppet veganism användes på ett missvisande vis när det kom till det altruistiska budskapet. När det kommer till det altruistiska budskapet så berodde det framförallt på att begreppet veganism omfattade mer än vad artikeln tog upp. När det kom till det egoistiska budskapet som handlade om hälsa så var det andra motiv bakom varför det inte stämde. Här utgick

respondenterna mer utifrån dem själva och hur de relaterar sin egna livsstil till hälsa eller inte.

Irina: "När det gäller mig själv så har jag inte ens själv tänkt på saken [...] Ne jag har inte direkt känt någon skillnad (Hälsofördelar). Jag hade inga bekymmer sedan innan och jag har inte tänkt på det sen innan. Det är ingen aspekt av veganism för mig."

Daniela: "...om man är vegan innebär det inte att man är nyttig. Utan att man kan äta så mycket skräpmat om man är vegan, något som jag inte ens tänker gå in på. Så att nej, jag relaterar det inte direkt till hälsa. Men däremot om en studie säger att kött dödar ett visst antal människor och vi kan rädda dom då är jag för det. "

I det sista citatet av Daniela så går det att utläsa att hon själv inte relaterar veganism som en lösning för hälsa men uttrycker också det som något som kan hjälpa fler människor med hänvisning till forskning och om den säger att människor kan må bättre av att byta sin kost. Lina gav liknande anledningar ur ett personligt perspektiv då hon berättade att hennes läkare var nöjda med hennes kost på grund av inflammatoriska sjukdomar.

Lina: "...vilket mina läkare blir väldigt glada av att höra med min kosthållning, om man har svårt med leder och inflammatoriska tillstånd i kroppen "

Både Lina och Daniela uttryckte med hänvisning till forskningen att veganism som en lösning på hälsoproblem kan vara något bra. Visserligen på olika nivåer, Daniela om det kan hjälpa andra och Lina utifrån hennes egna läkares rekommendationer. Vilket blir intressant om hälsoargumentet för veganism framförallt ska vara ett egoistiskt sådant. Daniela valde att istället tolka det på ett altruistiskt sätt och att budskapet kan hjälpa att förbättra hälsan för människor i samhället i stort vilket hon poängterar som något positivt.

Summering av de äldres tolkning av budskapens inramning

Gällande texten om klimatet så uttryckte samtliga deltagare att veganism som begrepp användes på ett förenklat och missvisande sätt. Även om klimatfrågan var viktig så presenterades inte lösningen på ett nyanserat sätt. Bland annat togs det upp att veganska produkter och livsmedel inte behöver vara särskilt bra för klimatet bara för att de är veganska. En av respondenterna, Irina, tog också upp vilka artikeln riktade sig emot och att det därför var förståeligt varför inte terminologin kring veganism var på plats.

I frågan om hälsa så var det inte något som de själva hade reflekterat över påverkar dem i större grad men däremot så var veganism i texten inte ifrågasatt i lika stor grad. Om forskning visar på att växtbaserad kost har positiv inverkan så var det något som gruppen kunde acceptera. En åsikt som repeterades från en av respondenterna, Irina, var att hälsa likt klimatet, inte heller var en aspekt av veganism för henne. Daniela resonerade kring om det kunde hjälpa fler människor med sina hälsobesvär så var det också något positivt i stort.

6.1.2 Den yngre fokusgruppens tolkning av budskapens inramning

Det altruistiska budskapet

I den yngre gruppen så problematiserades veganism inledningsvis som en lösning mot klimatförändringar, och framförallt att det inte bör ses som den enda lösningen för att motverka klimatförändringar. Något som bland annat Hanna gav uttryck för.

Hanna: "En lösning är det ju inte, men det är en del av lösningen. Men kanske inte bara kan sluta flyga och tro att det löser allting. Men om alla skulle äta veganskt så tror jag inte det skulle vara en lösning men det skulle hjälpa till jävligt mycket"

Även om det fanns problem med att se vegansk kost som en total lösning så resonerades det som ovan att det kunde hjälpa fler människor om de valde dieten.

Däremot så uttryckte Simon att ett byte av kosten är en av de enklare saker som en individ kan göra för att motverka klimatförändringar i jämförelse med andra åtgärder.

Simon: "Jag tycker nog att kosten är det enklaste man kan ändra i sin livsstil för att påverka klimatet. Det kan ju vara väldigt svårt att sluta åka bil, eller köpa elbil, det är ju inte jätteenkelt för många att göra. Men jag tror att det är enkelt att byta kost för klimatets skull. Det är iallafall realistiskt att någon ska kunna byta."

Sara höll med om att det kan ses som en lösning men poängterade också att det beror på var maten är producerad och att det också bör tas i beaktning huruvida det är bra för klimatet eller inte.

Sara: "Jag är helt enig, men jag tycker också det glöms bort vart maten är producerad också, vi har väldigt mycket närproducerat i grönsaksväg och annat, jag tycker det är konstigt att man inte jobbar mer med säsongsbaserade råvaror. [...] Man glömmer bort det och pekar bara på att vegetariskt är bra och så går många

direkt till sojabönor och avokado osv för att man inte känner till att det finns så mycket annat.”

Det egoistiska budskapet

I artikeln som tog upp veganism som en lösning till en bättre hälsa stod det också att kosten bör kombineras med andra kosttillskott. Information som en av respondenterna höll med om var viktigt att få ut till människor som funderar på att göra ändringar i sin diet och livsstil.

Hanna: *“Och sen också att man måste räkna med, att bli vegan, eller inte äta kött, så måste man tillägga att äta tabletter varje dag till sin kost.”*

Oscar: *“Ja först och främst kräver det att man är väldigt insatt i hur kosten fungerar. Som det står i texten så kräver det tillskott av B12-vitamin och sådana saker. Sen att det är väldigt enkelt att få en balanserad kost om man äter saker från djurriket. För att veta vad man ersätter med, det kräver en del research.”*

Simon höll inte alls med om att vegansk kost skulle per automatik innebära ett hälsosammare leverne.

Simon: *“För mig var det inte hälsoskäl, när jag tänker efter så äter jag mycket pizza och hamburgare, det finns ju veganska alternativ för mest allt nu för tiden. Så jag skulle inte argumentera att jag är mer hälsosam än någon annan. Bara för att jag är vegan. Jag äter mycket skräpmat ändå.”*

Det uttrycktes också en motvillighet från en av deltagarna till inramningen av själva texten då den presenterades just med veganism som en lösning i sig. Respondenten ville istället att budskapet kring detta skulle vara mer nyanserat och att forskning kring en kombinerad kost skulle få ta mer plats, även fast det skulle betyda att inkludera animalier.

Sara: *“...jag själv idrottar och har varit på elitidrottsnivå och där är det många som har fått negativa konsekvenser av att de inte får i sig järn och annat (av vegansk kost). Men för vissa fungerar det jättebra för och de får positiva effekter. Men jag tycker att jag saknar faktan om en mer kombinerad kost.”*

I den yngre fokusgruppen så var de flesta eniga om att kosten kan ha positiva effekter men att det är dumt att tro så utan att undersöka ämnet själv noggrant.

Sara: "Jag tror att det kan vara farligt för många att bara tänka att vegansk kost löser hälsoproblem. Och istället får andra konsekvenser när man inte är medveten om kosttillskott och sådär."

Summering av de yngres tolkning av budskapens inramning

I den yngre gruppen så höll alla deltagare mer eller mindre med om att veganism och en ändring av kosten kan ses som en lösning till klimatfrågan, även fast det också uttrycktes att det inte var den enda lösningen. En av respondenterna, Simon, ansåg att det var något av det enklaste en individ kunde göra för att motverka klimatförändringar men det efterfrågades också ytterligare nyansering från Sara som problematiserade kring att växtbaserad kost inte heller behöver vara klimatvänlig bara för att den är växtbaserad.

För det egoistiska budskapet så erkände gruppen att det krävdes mer förändring av kosten än vad många inser, och att det är viktigt att undersöka detta själv om man går i tankarna av att byta till en vegansk kosthållning. Bland annat så poängterades behovet av att behöva ta kosttillskott som något problematiskt för många i gruppen. Något som också togs upp, av Simon, var att vegansk kost inte heller behöver innebära att den är hälsosam utan att det även där finns onyttiga alternativ.

6.1.3 Jämförelse av tolkningar mellan fokusgrupperna

I fallet av det altruistiska budskapet och veganism som en lösning till klimatförändringar så uttryckte den äldre gruppen i stort att veganism som koncept används på ett missvisande och förenklande sätt. I den yngre fokusgruppen så höll samtliga deltagare med om att veganism och att äta vegetariskt är en del av lösningen men att det också finns nyansskillnader och att det inte bör ses som den enda lösningen. Den stora skillnaden mellan den yngre och den äldre fokusgruppen var att begreppet veganism inte uppfattades som malplacerat hos de yngre och att samtliga deltagare också gav uttryck för att det kan vara en del av lösningen. Med undantag för Lina, i den äldre fokusgruppen, så upplevdes det hos de resterande av den äldre fokusgruppen att bekämpandet av klimatförändringar var en bonus som tillkom och inte en del av deras primära motivation. I båda grupperna så uttrycktes det att veganska produkter inte heller behöver vara bra för klimatet eftersom de kan vara influgna och på så sätt lämna ett stort klimatavtryck.

Det egoistiska budskapet och löften om att veganism kan förbättra hälsan för människor i stort såg den äldre fokusgruppen på som att det var något som låg i linje med forskningen som de själva hade tagit del av, trots att de själva inte hade motiverat sina kostvanor med just ambitionen att förbättra hälsan. De unga såg på veganism som en lösning till bättre hälsa som onyanserat och att det behövdes förtydliga mer kring vilka hälsovinningar olika typer av kost ger. Det fanns också uppfattningen i den yngre gruppen att det krävdes mer av en individ att byta kosten till en växtbaserad sådan, eftersom den då hade behövt ta mer kosttillskott. Att växtbaserad kost inte heller automatiskt innebär att den är nyttig var också något som uttrycktes i båda grupperna.

6.1.4 Analys av fokusgruppernas tolkning av budskapens inramning

Det altruistiska budskapet

Entman (1993) specificerar att framing ska utgå från att det ska finnas en viss definition av ämnet, en kausal tolkning, en moralisk utvärdering och en specifik lösning som texten rekommenderar för det ämne som ska presenteras. Kriterier som också speglas i de nyhetstexter som har använts. För definitionen av ämnet så utgår båda texterna från definitionen av veganism som något som berör kosten, vilket i sin tur påverkar klimatet, i den altruistiskt utformade texten, eller hälsan, i den egoistiskt utformade texten. Veganism är också något som målas upp som positivt i förhållande till de problem som det skapar att inte ha en växtbaserad kost. Det vill säga klimatförändringar eller en sämre hälsa. I och med detta så uppfyller texterna en definition, en kausal tolkning, en lösning och en moralisk utvärdering. Trots det så skiftade tolkningen mellan de olika grupperna. I den äldre gruppen så avfärdades definitionen av veganism och hur den användes i texten, detta resonerades i gruppen bero på att veganism inte var något som nödvändigtvis behöver innefatta bekämpandet av klimatförändringar. I viss mån så avfärdades även den kausala tolkningen av gruppen då flertalet exempel på hur veganska produkter inte alltid behöver vara klimatsmarta bara för att de är veganska. Entman (1993) pratar även om nyckelord och hur de kan stärka tematiken i en given text för att förmedla det önskade budskapet. En av anledningarna till att gruppen inte accepterade inramningen av artikeln hade kunnat bero på att begreppet veganism som nyckelord i texten inte stämmer överens med deras definition. Det vill säga att klimatförändringar och veganism som en lösning till klimatförändringar inte var något som för gruppen var tätt relaterat. Gruppen gav snarare uttryck för att veganism har med djuretik att göra men att positiva effekter på klimatet, som kosthållningen annars kan innebära, är en bonus.

I den yngre gruppen så gick det att urskilja snarare att ett flertal kriterier som Entman (1993) målar upp stämmer överens med hur gruppen uppfattade inramningen. Definitionen av

veganism var inget som ifrågasattes öppet i gruppen och det hävdades också att klimatförändringar var en stor anledning till att många valde en växtbaserad kost idag bland unga, som en respondent uttryckte. Det uttrycktes också i gruppen att den kausala tolkningen stämmer överens med hur de själv uppfattar klimatfrågan och åtgärder för att motverka klimatförändringar. Bland annat uttrycktes det att en förändring av kosten är något som är enkelt för den enskilda individen att göra. En respondent hävdade också att det vore bra för klimatet om fler valde en växtbaserad diet. Det fanns dock brister gruppen identifierade, då att veganska produkter och livsmedel inte behöver vara miljövänliga bara för att de är veganska. Det skulle kunna betyda att gruppen definierar ordet annorlunda än vad artikeln valt att göra, då artikeln snarare menar implicit att alla veganska kostval skulle ha en positiv inverkan, menade gruppen på att det finns nyansskillnader. Detta skulle kunna vara så att inramningen avfärdades av den yngre gruppen men givet också hur det i större utsträckning under samtalet snarare nämndes att ett skifte mot växtbaserad kost var något enkelt och positivt som en individ kan göra så skulle jag tolka det som att gruppen också accepterade inramningen.

Termen 'Salience' som Entman (1993) använder sig av menar på att informationen ska vara meningsskapande. Utifrån salience går det att säga att den yngre gruppen delvis har skapat en annan mening till begreppet veganism där klimatförändringar också är en naturlig del av begreppet än den äldre gruppen som inte inkluderar klimatförändringar på samma sätt.

Det egoistiska budskapet

Utifrån Entman (1993) kan det för den äldre gruppen sägas att den kausala tolkningen, definitionen och den moraliska utvärderingen av veganism genomgick en viss ambivalens. Veganism som en lösning för en bättre hälsa var något som accepterades om det hänvisades till forskning, detta var något som bland annat Lina och Daniela i den äldre gruppen gav uttryck för. Artikeln med det egoistiska budskapet tog också upp forskningen och på så sätt går det att säga att den kausala tolkningen också gick i linje med de två respondenternas tolkning. Det nämndes dock också att veganska produkter inte behöver vara nyttigt bara för att de är veganska. Även om det ifrågasattes så fanns det en större acceptans för att vegansk kost är bra för hälsan om det hänvisades till forskningen, något som också explicit togs upp av artikeln. I det här fallet går det därför att säga att den äldre gruppen i större grad kunde acceptera artikelns inramning eftersom den kausala tolkningen och definitionen av ämnet togs upp som något positivt för människor i stort.

I den yngre gruppen så vill inte budskapet kring hälsa och veganism på samma sätt accepteras. En av anledningarna var bland annat att kosttillskott var något som var nödvändigt vid en vegansk kosthållning och detta upplevdes i stort som ett hinder för

gruppen. Det fanns också andra förbehåll kring att fakta saknades för en mer balanserad kost. Här skulle det kunna utläsas att den unga gruppen inte accepterar det definierade temat på samma sätt som den äldre. I detta fallet så var veganism som nyckelord betraktat (Entman 1993) något som negativt förknippades med en större kostnad än vad vinningen i artikeln beskrev, alltså att hälsan skulle kunna förbättras.

Jämförelse av tolkningen för budskapens inramning

Har det altruistiska budskapen kontra det egoistiska haft olika innebörd för tolkningen av dem i de olika grupperna? Utifrån Entman (1993) så bestämmer inramningen hur en viss grupp ska agera på ämnet. Detta betyder inte att den är likadan eller universell utan kan skilja sig mellan olika grupper. I den äldre gruppen så gick det att utläsa att det fanns en större benägenhet att agera på budskap om hälsa än om budskap om klimat, så länge det var motiverat av forskning på ämnet. Med detta sagt så fanns det antagligen motiv bakom att agera utifrån klimatförändringar också för den äldre gruppen men givet den kontrollerade intervjun och respondenternas svar så går det att säga att veganism som en lösning för bättre hälsa var något som accepterades i större grad. Den unga gruppen visar motsvarande tendens och att de hade större benägenhet kring att agera på det altruistiskt utformade budskapet, eller hade åtminstone inga problem med att motivera sitt eget kostval utifrån klimatförändringar. Kring vilket av budskapen som gav mer salience för motsvarande grupp så var det altruistiska budskapet mer meningsskapande för de yngre medan det egoistiska budskapet var mer meningsskapande för de äldre.

6.2 Altruistiska och egoistiska budskap utifrån könsnormer

6.2.1 Den äldre fokusgruppens tolkning av budskapen utifrån könsnormer

Inledningsvis så uttryckte två av respondenterna, Irina och Daniela, att det fanns en manlighetsnorm i att äta kött generellt.

Irina: "Jag vet inte om det är det här typiska tänket att empatin på något sätt (är bristande) hos män. Att det ska vara typiskt kvinnligt att vi kan känna mer för att vi kan ta åt oss den."

Daniela: "Det är manligt att äta kött."

Något som också fick medhåll från den tredje respondenten, Lina. Men hon uttryckte också en dualitet kring huruvida klimatbudskapet och veganism har en annorlunda effekt på män.

Lina: "...Men när klimatdebatten har dragit igång så upplever jag ändå att fler av mina manliga vänner som iallafall börjar med det här flexitarian, kör vegetariskt någon dag i veckan och att det börjar svänga lite i det med det här"

Intressant är att gruppen kopplade bristen på empati i stort till att färre män väljer en vegansk livsstil men att Lina här gav uttryck för att fler män är villiga att ändra sina vanor på grund av klimatförändringar.

För det egoistiska budskapet i form av hälsa och varför vegansk kost är positivt för hälsan så ville inte grupperna direkt koppla det till könsnormer i den breda bemärkelsen men gav ändå uttryck, som i fallet nedan, att manliga närstående inte hade kunnat på eget bevåg ändra sin kost men däremot med läkares rekommendationer kunnat ta steget mot en växtbaserad kost.

Daniela: "Men för honom var det rädslan av att det skulle gå helt åt pipan som gjorde att han slutade äta rött kött (efter läkares inrådan). Han utslöt nästan all animalisk kost och idag äter han mest vegetarisk kost."

Lina reflekterade kring detta och om det bland annat kunde bero på att alla har ett egenintresse av att ta hand om sin hälsa och att det går utanför könsnormen.

Lina: "Men där skulle jag nog kunna säga att det är mer könsneutralt när man börjar tänka på sina intag [...] Alla är ju rädda om sin hälsa tänker jag även fast man inte erkänner det i lika bred utsträckning."

Summering av de äldres tolkning av budskapen utifrån könsnormer

Det fanns en konsensus i fokusgruppen om att det finns en manlighetsnorm kring att äta kött och anledningen till att fler kvinnor än män väljer en växtbaserad kost skulle bland annat bero på bristande empati hos män och att de därför inte tenderar att välja en växtbaserad kost. När det kom till klimatförändringar, veganism och könsnormer så uttryckte Lina det som att fler män kunde tänka sig att göra ändringar i kosten med anledning av det. För hälsans skull så uttryckte en respondent det som att det var något som var könsneutralt och att om någon behöver ändra sina kostvanor för hälsan så har det oftast att göra med ett egenintresse. Något som bland annat Daniela uttryckte det som att

en manlig närstående till henne var mer benägen att göra ändringar i sin kost när vissa hälsorisker med den nuvarande kosten uppdagades av läkare.

6.2.2 Den yngre fokusgruppens tolkning av budskap utifrån könsnormer

Hanna och Simon spekulerade kring om det kunde bero på en rådande könsnorm att fler kvinnor väljer en växtbaserad kosthållning gentemot män. Detta och att män uppmanas att tänka på ett visst sätt och att kvinnor blir uppfostrade att tänka på andra i större utsträckning.

Simon: *“Alltså jag har ju fått en idé i mig att det är manligt att äta kött, tänk dig epic meal time, exempelvis, där är det klart att man ska äta massa kött för att bli en riktig karl”*

Hanna: *“Som du var inne på, Simon, att man inte är manlig nog, till exempel. Jag tror tjejer uppmanas mer att tänka på andra till exempel. Mer än att tänka på sig själv. Då blir det också logiskt att man gör det, man är själviskt om man inte gör det.”*

Något som också togs upp i den yngre fokusgruppen var huruvida könsnormer kopplade till veganism och hälsa berodde på att kvinnor i större utsträckning blir utsatta för trender om hälsa. Detta utifrån en norm om att tjejer representeras i medier som att de ska må bättre och ta hand om sin kropp medan män däremot inte behöver bry sig om sina intag på samma sätt. Dels för att män vill bygga större muskler och därför behöver mer protein som en av respondenterna tog upp.

Hanna: *“Men många som jag har stött på som är tjejer som är veganer, säger ‘jag mår mycket bättre av denna kosten’, och det är sällan jag hör män säga det som är veganer.”*

Oscar: *“Jag har också någon slags bild av att kvinnor prackas på mer vad det gäller saker för kost och hälsa än vad män gör [...] Också den här fundamentala skillnaden: Varför män tränar kontra varför kvinnor tränar. I stor utsträckning så ska män vara på gymmet för att bygga stora snygga muskler medan kvinnor ska vara liksom fit.”*

Vid frågan om de trodde att det fanns olika anledningar bakom om att män valde en vegansk kost gentemot kvinnor i hänseende till klimat eller hälsa så svarade tre i den yngre gruppen att de inte trodde att så var fallet. Hanna uttryckte sig på det här viset.

Hanna: "Ne jag tror inte det. Generellt, statistiskt sett, så är det fler kvinnor som är veganer än män men jag tror inte det är någon skillnad."

Summering av den yngre fokusgruppens tolkning utifrån könsnormer

I den yngre gruppen så uttrycktes det bland annat från Hanna och Simon att det fanns en slags mansnorm i att äta kött. Detta resoneras bero på att kvinnor i större grad blir uppfostrade i att bry sig mer om andra än vad män gör. I gruppen trodde också flera att det fanns skillnader i vilka budskap som generellt riktar sig mot kvinnor gentemot män. Oscar tog upp att fler budskap kring att vara fit och hälsosam var något som riktade sig mot kvinnor i stort medan det mot män handlade mer om att lägga på sig muskelmassa. Eftersom detta förknippas med ett högt proteinintag så skulle det gå emot den växtbaserade kosthållningen. Intressant nog så ville inte tre i gruppen hävda att män eller kvinnor i större grad väljer en vegetarisk kost på grund av klimatet eller på grund av hälsan även om de hävdade innan att kvinnor utsattes i större grad av budskap om att vara hälsosam.

6.2.3 Jämförelse av tolkningarna utifrån könsnormer mellan fokusgrupperna

Båda grupperna tog upp uppfattningen om att det fanns en rådande norm i samhället för män att äta kött. Lina, i den äldre gruppen, tyckte att klimatförändringar ofta var ett argument som fick många män att börja tänka om kring sina rådande kostvanor. I den yngre gruppen så uttryckte tre av deltagarna att det inte skulle finnas någon specifik dragning för män eller för kvinnor att välja en vegansk kost med anledning av hälsan eller med anledning av klimatet. I den äldre gruppen så tyckte de inte att hälsa och anledningen till att ändra sin kost på grund av det var något som var direkt relaterat till könsnormer. Däremot i den yngre gruppen uttrycktes det att kvinnor i större grad blir utsatta för budskap relaterade till att vara mer hälsosam och fit, och att de därför skulle vara mer benägna att ändra sin kost med anledning av det.

Båda grupperna hävdade att vara vegan för den egna hälsan eller för klimatet var könsneutralt till viss mån, intressant nog så tog båda grupperna upp exempel som visade på en motsats. Oscars uttalande om träningsnormer visar på detta, Danielas påstående om hennes närstående släkting och också Lina som tog upp klimatförändringar som ett argument som fick män i hennes närhet att börja fundera på sina kostvanor.

6.2.4 Analys av fokusgruppernas tolkning av budskapen utifrån könsnormer

Baserat på Rothgerber (2013) och MacInnis & Hodson (2015) belägg för att det finns en rådande maskulinitetsnorm som inte anser att vegansk kost är en del av ett manligt ideal. I

båda grupperna uttrycktes att det fanns en koppling till män och att äta kött. I den yngre gruppen så resonerades det bland annat om det berodde på att olika budskap riktar sig till kvinnor eller till män. Budskapen, uttrycktes vara att män omges av en norm att lägga på sig mer muskler, och därför behöver mer protein, medan kvinnor snarare ska vara smala och fit, därför så skulle det vara fler kvinnor som dras till en vegansk kosthållning. Samma norm skulle kunna vara den som som Rothgerber (2013) och MacInnis och Hodson (2015) också redogör för. Thomas (2016) kunde i sin studie se att män som är veganer som en del av deras egna val ansågs mindre maskulina än män som var veganer med anledning av exempelvis hälsa. Detta blir intressant i ljuset av den yngre gruppens resonemang angående mansnormen som kopplar till träning och kost eftersom den till viss del motsäger de slutsatser som Thomas (2016) gör i sin studie. Däremot går det också att säga att träningsnormen som den yngre gruppen talade om inte behöver vara av hälsosam karaktär utan som respondenten i den yngre gruppen också påtalar, handlar mer om att lägga på sig mer muskelmassa. Om hälsa och att ha mer muskler inte skulle vara synonyma skulle det kunna sägas att Thomas (2016) slutsatser fortfarande går i linje med vad resultatet visar men om inte så skulle det kunna vara underlag för synen på hälsa och kost ur ett könsnormativt perspektiv.

Lina, i den äldre fokusgruppen, gav uttryck bland annat för att hon uppfattade män som mer mottagliga för argument om klimat än exempelvis djuretik eller hälsa när det kommer till en vegansk kost. Även om hon inte ansåg att det fanns någon särskilt laddning i att vara man eller kvinna och vegan med anledning av klimatet. Det som Lina ger uttryck för i den äldre fokusgruppen skulle kunna tolkas som att män skulle kunna vara mer benägna att ändra sin kost till en vegansk med anledning av klimatet. Om de männen inte heller upplever att det går emot deras manlighet så är inte Thomas (2016) resultat applicerbart just i detta fallet.

Det fanns en konsensus i de båda grupperna om att huruvida en gör valet att bli vegan med anledning av hälsan eller med anledning av klimatförändringar är generellt könsneutralt, Även om könsnormer kopplade till veganism generellt diskuterades. Det uttrycktes också att vara vegan med anledning av hälsoskäl är något som är mer könsneutralt än att vara det med anledning av klimatet, av Lina, i den äldre gruppen. Detta skulle kunna visa på ett samband med Thomas (2016) studie med att valet av att ändra till vegansk kost är något som socialt kostar mer, framförallt i ögonen på köttätande män, än exempelvis att göra det på grund av hälsan. Det Lina ger uttryck för kan vara att hon också har uppfattat att det finns en annan könsnormativ laddning i att vara vegan på grund av ett val som en gör i jämförelse med att göra det på grund av nödvändighet eller för den egna hälsans skull.

6.3 Altruistiska och egoistiska budskap utifrån individuella olikheter

Under den här rubriken så kommer jag att beskriva vilka individuella olikheter som respondenterna kan ha gett uttryck för under gruppintervjuerna i förhållande till altruistiska och egoistiska budskap.

6.3.1 Den äldre fokusgruppen tolkning utifrån individuella olikheter

För den äldre fokusgruppen så påpekades att hälsa inte alls var det primära argumentet för dem att välja en vegansk livsstil.

Daniela: "Jag var 10 när jag började äta vegetariskt, jag resonerade inte överhuvudtaget kring min hälsa då men jag tänker varje dag på att äta nyttigt idag"

Lina: "Det är också svårt att veta eftersom jag var ett barn när jag slutade äta (kött) men däremot så har jag antiinflammatoriska sjukdomar i kroppen, vilket mina läkare blir väldigt glada av att höra med min kosthållning,"

Eftersom både respondenterna gjorde ett val kring sin egen kost i tidig ålder så var det kanske inte troligt att det skulle vara just för den egna hälsan. Däremot så hade två av deltagarna i den äldre gruppen en syn på yngre generationer och att de skulle koppla växtbaserad kost till att vara mer hälsosam i större utsträckning än äldre.

Daniela: "vad jag vet som jag har läst på sista tiden är att ungdomar är mer hälsosamma än äldre och det med samband med att tredje tjej äter väldigt mycket vegetariskt i Sverige, och var femte pojke är vegetarian eller vegan. Så tror jag att de är mer medvetna och att de också relaterar vegetarisk kost till att vara mer hälsosam. "

Irina uttryckte det som att unga ser på det som en trend och inte ett långvarigt åtagande.

Irina: "Dom som blir veganer idag, jag har några vänner som sagt, men det är bara en fluga. Pratar man mycket om det så blir man det typ i januari. och så kanske det försvinner vid årets slut"

En annan individuell olikhet som kom fram under samtalet hade att göra med bakgrund och vilken kultur som en kommer ifrån. Daniela och Irina ansåg att det fanns väldigt starka normer kopplade till köttätande i deras kultur.

Daniela: *“I min kultur, jag är alban, det är manligt att äta kött. Man måste äta kött, få sitt protein därifrån, sen vill man inte höra resten, det är väldigt svårt att vara vegetarian i min kultur,”*

Irina: *“Jag kommer, precis som Daniela säger, från en kultur där en man ska ha sitt kött “*

Irina resonerade utifrån de grupper hon är medlem i kopplade till hennes bakgrund, att det verkar vara någorlunda jämställt mellan könen trots att hon gav uttryck för att kulturen i stort var dominerat av en köttnorm.

Irina: *“Men om jag är med i andra grupper och andra länder som jag har någon slags relation till eller att jag följer utvecklingen, då är det lite mer balanserat med grupperna [...] där är det väldigt svårt att säga att det är fler män än kvinnor (eller vice versa).”*

Lina resonerade utifrån hennes traditionellt svenska bakgrund att de flesta kvinnor i hennes omgivning är som henne gällande sin kosthållning. Men att också att de som inte följer en växtbaserad diet strikt är mer öppna inför att ändra sin diet.

Lina: *“Jag kommer ju från typiskt svensk bakgrund och jag upplever det att, nu har jag ju också ätit växtbaserat i större delar mitt liv. Så uppfattar jag det ändå som att de flesta kvinnor som jag umgås med har liknande kosthållning som jag men även de som inte har det är mer öppna och nyfikenhet kring att lösa matfrågan så att säga. “*

Vid frågan om det går att koppla någon politisk predisposition med veganism så resonerade Lina som så att man ofta blir tagen för att ligga åt vänster på den politiska skalan och att det kom med ett större åsiktspaket generellt.

Lina: *“...man blir direkt tagen för att ligga till vänster [...] det läggs på en hel del andra idéer och åsikter vad folk tror om en när man presenterar sin föda. “*

Lina gav också uttryck för att äta växtbaserat för klimatets skull och för hälsans skull är apolitiskt i varierande grad. För klimatets skull på grund av att klimatförändringar är ett

allmängiltigt faktum och påverkar alla oavsett politisk övertygelse och hälsan på grund av att den utgår från den egna individen. Något som fick medhåll från Daniela.

Lina: "för att det inte blir den här politiska kopplingen (med anledning av klimatförändringar) eftersom det är något som är angeläget för oss alla oavsett ideologi [...] Det skulle jag säga är ännu mer apolitiskt än exempelvis att äta det för klimatförändringar. Man argumenterar mot en indsutri och därigenom pressen och så . Det är svårare att bli provocera på grund av att man valt en viss kost med anledning av sin egna överlevnad. "

Summering av den äldre fokusgruppens tolkning av budskapen utifrån individuella olikheter

Hälsa var inte ett primärt motiv för några av de äldre deltagarna som uttryckte att det inte var något som de hade reflekterat över när de gjorde val kring sin kost. Trots det så kopplade de ändå samman att hälsa skulle vara en stor anledning till att fler unga blir vegetarianer och veganer idag, snarare än för klimatet eller med anledning av djurrätt.

Alla i den äldre fokusgruppen tog upp den egna kulturen med varierande slutsatser. Daniela och Irina som kommer från andra kulturer än den svenska resonerade som att det fanns en stark mansnorm kopplat till köttätande och att den rådde i det egna landet. Lina resonerade som så att kvinnor i en svensk kontext är till större grad öppnare för att prova en växtbaserad kost, till skillnad från män.

En respondent, Lina, sade att andra kunde lägga på ett slags åsiktspaket på en när de fick höra om hennes kostval. Ofta så handlade detta om att man ansågs ligga till vänster på den politiska skalan. Hon resonerade att välja en växtbaserad kost på grund av klimatförändringar eller hälsa är i varierande grad en apolitisk handling men trots det så var det andra som uppfattade det som en politisk handling.

6.3.2 Den yngre fokusgruppens tolkning av budskapen utifrån individuella olikheter

På liknande sätt som den äldre gruppen så resonerade den yngre gruppen även huruvida politik ofta kopplas samman med en viss politisk predisposition. Även i detta fallet att det skulle handla om att en vegetarian eller vegan skulle ligga åt vänsterhållet rent politiskt.

Hanna: "Ja jag tror om man säger att man säger att man är vegan så ah du röstar på vänstern eller du är feminist. "

Oscar: *“Du får en bild av hur en person är när den säger att den är vegan exempelvis. Jag tror att många får det iallafall. Och det kan handla om otroligt många olika saker, att du exempelvis då identifierar dig med den här partifalangen etc “*

Hanna och Simon resonerade senare på liknande vis och menade på att kausaliteten låg åt andra hållet. Därmed att en person som eventuellt ligger åt vänster också har större empatiska förmågor och därför också attraheras till en livsstil som strävar efter att minimera skada på andra arter och djur.

Simon: *“Det kan ju vara så att vissa som dras till en typ av politiska frågor också dras till veganism. Det kan vara samma drivkraft. [...] Till exempel så kanske man blir vänsterpartist på grund av empati och genom empati så har man mer empati för djuren.”*

Hanna: *“politik mycket är ju identitetspolitik idag, du är ju höger eller vänster ofta och det är en grupp som du identifierar dig med. Och gör gruppen på ett visst sätt så gör man likadant. Så tillhör man en politisk grupp där de flesta förespråkar veganism så är det inte konstigt att man själv går i det. “*

Oscar såg på det på liknande sätt att de politiska motiven också är rättfärdigade och att de förutfattade meningarna också byggde på den reella politiska tankar och idéer. Där bland att det inte är konstigt att människor till höger bryr sig om världsekonomin och att miljöfrågan i det fallet också är något som ställs i konflikt mot tillväxt och sådant som eventuellt en person till höger håller som viktigt.

Oscar: *“Om man talar om klimatet ja vi måste göra så och så här för att stoppa det här så kommer då ofta folk från högern [...] Där kommer klimatförnekande in i bilden. Det kan vara att man säger “Vi har inte möjlighet att bry oss om det här för att vi behöver tänka på ekonomin i världen ser ut. Det skulle bli katastrof om vi skulle stänga ner allt och göra allt det som vi kan tänkas behöva göra (för klimatet).“*

Slutligen så diskuterade den yngre gruppen synen på andra generationer. Då diskuterade bland annat Hanna och Oscar att äldre som valde en vegansk kost tenderade att göra så på grund av oro för den egna hälsan och att hälsan skulle vara det främsta argumentet. Något som de övriga deltagarna höll med om.

Hanna: *“...så tänker jag på äldre som använder sig av vegansk mat av hälsoskäl mer än vad yngre gör. För yngre generationer handlar det mer om djurhållning eller miljön. Kanske också ett gruppträck också gör att fler och fler unga blir gröna i maten.”*

Oscar: *“Då var det mycket (80- och 90-tal) forskning kring att det var cancerframkallande, farligt osv. Där tror jag att de som är äldre nu, är de som var i vår ålder då, när dom fick höra att de kanske borde göra någonting åt det. Etc. Pga blodtryck osv, att det kanske beror på mycket köttkonsumtion etc. Det är många av dom som äter fisk och kyckling men skippar rött kött.”*

Summering

I den unga gruppen så hade man liknande tankar om att veganism ofta var något kopplat till att ligga till vänster rent politiskt. Detta var också något som resoneras kunde bero på att det faktiskt var så att veganer och vegetarianer tenderade att ligga mer till vänster, bland annat för att människor som låg åt det hållet på den politiska skalan hade en större empatisk förmåga. Veganism och den politiska predispositionen var alltså kopplat till reella politiska sympatier. Något som också var framträdande i den yngre gruppen var att alla i gruppen höll med om att äldre oftast byter sin kost till en växtbaserad på grund av oro för den egna hälsan. Medan det skulle vara så att de yngre i större grad bytte sin kost till en växtbaserad på grund av altruistiska skäl, det vill säga för klimatförändringar eller för djurrättsliga frågor

6.3.3 Jämförelse av tolkningar mellan fokusgrupperna

I båda grupperna så fanns det åsikter om vad den andre kunde tänkas tycka om anledningarna till varför personen i fråga har valt att äta en mer växtbaserad kost. I båda grupperna så uttrycktes det att kostvalet i mångt och mycket var något som kopplades samman med en vänsterliberal ideologi. I den äldre gruppen uttryckte Lina det som så att både att vara vegan för hälsan eller för klimatet är generellt apolitiska handlingar och därför är det inte heller riktigt grundat att koppla det ihop med en politisk ideologi men att det var något som gjordes av andra likväl. I den yngre gruppen så resoneras det från Hanna, Simon och Oscar att detta kanske kunde bero på den politiska verkligheten och att människor som känner tillhörighet med en viss politisk åsikt också tenderar att agera på liknande sätt. Alltså att sambandet snarare skulle gå åt andra hållet.

Det uttrycktes i den yngre fokusgruppen att äldre som valde en vegansk kost tenderade att göra så på grund av oro för den egna hälsan och att hälsan skulle vara det främsta argumentet. I den äldre gruppen så var det en tydlig konsensus bland deltagarna att de hade den kost och livsstil som de hade på grund av djurrättsliga skäl men att de även tyckte att de yngre i större grad var medvetna om sin hälsa. De yngre tillskriver de äldre egoistiska motiv för att välja en vegansk kost fastän den föreställningen inte delas hos de äldre fokusgruppdeltagarna och vice versa.

6.3.4 Analys av fokusgruppernas tolkning av budskapen utifrån individuella olikheter

MacInnis och Hodsons (2015) studie visade på att det fanns en skillnad i hur människor tillhörande en konservativ politisk läggning också tillskrev veganer negativa attribut. I både den äldre och yngre gruppen så upplevdes det att veganism var kopplat till ett vänsterliberalt ideal, något som i sin tur också skulle förklara varför det finns ett motstånd hos konservativt lagda människor. Den här uppfattningen stämmer också in med Lindgrens (2020) resultat som kunde påvisa att veganism också kom med ett feministiskt och vänsterliberalt åsiktspaket som andra tillskrev personen som är vegan i fråga. Detta uttrycktes inte minst av en respondent i den äldre gruppen som sa att det ofta antogs av andra att hon var lagd till vänster politiskt. Däremot så gavs det en annan förklaring av några respondenter i den yngre gruppen, det vill säga att det snarare är så att vänsterliberala människor tenderar att bli veganer i högre grad på grund av att de har högre empatisk förmåga. Detta skulle också kunna vara en förklaring varför MacInnis och Hodson (2015) och Lindgren (2020) har kommit fram till sina slutsatser, samtidigt som det bidrar med ett perspektiv om att respondenternas upplevda verklighet också beror på reella politiska sanningar.

I den yngre gruppen så ansågs det att äldre idag blev vegetarianer och veganer med anledning av hälsan, alltså ett egoistiskt motiverat beslut. Den äldre gruppen resonerade på liknande sätt att unga skulle vara mer motiverade av hälsan och att det också skulle vara ett egoistiskt drivet motiv. Enligt Yadav (2016) så handlar en större andel av unga människor ekologiska livsmedel av en egoistisk anledning än en altruistisk. De äldres resonemang om att de unga som blir veganer av egoistiska skäl skulle kunna gå i linje med Yadavs (2016) slutsats om att unga gör egoistiska val i relation till kosten. Däremot är det samtidigt en grupp som tillskriver en annan grupp vissa egenskaper och därmed betyder det inte att deras påståenden är sanna. På samma vis som de ungas tillskrivelse av de äldres motiv inte heller behöver vara sanna. Det här kan istället vara ett exempel på hur olika grupper tillskriver andra grupper olika egenskaper (Heuer och Zimmermann 2020). Här finns det också utrymme för kritik om att den yngre gruppen inte hade föreställningen om att 45-60 år är gammalt men oavsett så blir det ett exempel på att uttrycka sig om en annan grupp.

Ytterligare en individuell olikhet som gavs uttryck för var den om bakgrund och kultur. Två av respondenterna i den äldre gruppen, Daniela och Irina, uttryckte att den kultur som de kommer ifrån präglas av en norm att äta kött. Daniela sade bland annat att hennes far inte kunde tänka sig att prova en växtbaserad kost förrän läkare rekommenderade det och Irina att det är det normala i hemlandet. Utifrån Yadavs (2016) slutsats om att unga motiveras av egoistiska anledningar snarare än altruistiska kan dessa två äldre respondenternas bakgrund och förhållande till en växtbaserad kost tolkas som en generationsfråga, ifall deras val likställs som ett altruistiskt val. Deras bakgrund kan också tolkas som präglad av en maskulinitetsnorm som avfärdar vegansk kost (Rothgerber 2013; Thomas 2016). Dock skulle det också kunna tyda på en kulturell skillnad, men kulturell tillhörighet är en parameter som går utanför ramarna för denna uppsats och därför inget jag kommer att analysera djupare.

7. Diskussion

Utifrån den här studiens resultat så har det visat sig att egoistiska och altruistiska budskap om veganism genererar olika tolkningar utefter inramningen, könsnormer och individuella olikheter. Däribland går det att utläsa en begreppsfröskjutning mellan de unga och de äldre där begreppet veganism uppfattas annorlunda beroende på vilken grupp som har tolkat de olika budskapen och om budskapet har varit altruistiskt eller egoistiskt utformat. Det i sin tur visar på att relationen till budskap och vilken mening som läggs i nyckelord och inramning skiftar mellan åldrar. Här får det göras en bedömning huruvida begreppets integritet och betydelse, veganism, som den äldre gruppen i resultatet hävdade inte var synonymt med bekämpandet av klimatförändringar, är viktigast, eller om inklusion av yngre åldrar, som verkar se klimatfrågan som oseparatorbar från kosten och personliga livsstilsval, är en prioritet. För den äldre gruppen var inte veganism synonymt med klimatförändringar men däremot djuretik. Så som jag ser det så finns det möjligheter här att göra inramningen av ett budskap av både klimat- och djuretiska skäl för att nå ut till båda målgrupper då det går att argumentera för att klimatfrågan är synonym med att rädda fler djur från utrotning och därmed lidande. På så sätt går det att med ett altruistiskt budskap få en önskvärd tolkning utav yngre och äldre målgrupper.

Ett egoistiskt budskap hade kunnat nå den äldre målgruppen, som de i större grad kunde acceptera, än det altruistiskt utformade budskapet, men eftersom det avvisades i större grad av den yngre, samt att det eventuellt skulle vara svårare att kombinera ett hälsobudskap med budskap om klimatet på grund av att de utgör två olika motiv och anledningar, så tror jag att det förstnämnda alternativet är bättre för att nå ut till båda

målgrupper. Utifrån den här studiens resultat så går det att spekulera kring att ett altruistiskt utformat budskap kan nå målgrupperna yngre och äldre men det är däremot inget som behöver vara applicerbart på andra områden.

En annan intressant aspekt som resultatet visar på gällande individuella olikheter är uppfattningen om den andre utifrån det egoistiska budskapet om hälsa. Det som studien visade på var att den yngre gruppen tillskrev äldre ett egoistiskt motiv till att de skulle välja en växtbaserad kost vilket också den äldre gjorde mot den yngre. Här finns det utrymme för att fundera på om detta beror på ett allmänmänskligt beteende och att grupper tillskriver andra grupper en anledning som de värderar som lägre. Dock så visade studiens resultat också på att de äldre hade en acceptans för det egoistiskt utformade budskapet i jämfört med de yngre, även om de inte motiverade sina egna kostval utifrån det. Det skulle också kunna vara på det viset att hälsan som en mindre politiskt laddad fråga, som grupperna båda gav uttryck för, och att det helt enkelt är något som är mindre komplicerat att tillskriva en annan grupp än att eventuellt tillskriva andra åsikter om veganism som skulle kunna vara mer politiskt laddade.

Varför en djupare förståelse för hur budskap tolkas via dess inramning är viktig har att göra med att den som vill forma ett budskap också vill uppnå önskvärd tolkning. I ett samhälle där information finns i överflöd kan det vara svårt för den som har ett intresse av att nå fram med ett budskap att kunna tränga igenom bruset. Därför skulle också effektiv kommunikation med hjälp av förståelsen för tolkningarna vara användbar för att nå ut med det önskade budskapet. Om inte förståelse finns för de bakomliggande faktorerna för en viss tolkning av ett budskap finns så skulle det kunna riskera att alienera målgrupper som egentligen hade haft ett intresse av att ta del av budskapet.

7.1 Extern validitet

I förhållande till den externa validiteten, det vill säga om det går att generalisera resultatet till andra grupper eller situationer, går det att säga att studien, till viss del, har skäl för generaliseringsanspråk. Eftersom studien har använt sig av parametrar som grundar sig i tidigare forskning och teori för att sedan använda sig av dem för att analysera resultatet så uppnår studien analytisk generaliserbarhet (Esaiasson et. al. 2017:159). Däremot så är det delar av resultatet som inte har kunnat jämföras direkt med teori eller tidigare forskning som inte kan hävda analytisk generaliserbarhet. Ett exempel på detta är bland annat resultatet där den äldre gruppen tillskrev den yngre egoistiska motiv för en växtbaserad kost och vice versa. Detta går inte att jämföra med tidigare forskning inom ramarna för studien och därför blir det också svårt att generalisera det till andra situationer eller

grupper. Däremot så öppnar resultatet upp för frågan om det är ett representativt resultat och om det går att generalisera men då skulle det också behöva undersökas vidare.

Något annat som Esaiasson (et. al. 2017: 164-165) nämner är det om *typiska fall* och att om det strategiska urvalet inte skiljer sig från andra fall i populationen så är resultaten generaliserbara. Här går det att argumentera för att de respondenter som har deltagit i studien till viss mån är typiska fall, då de alla är hämtade från liknande miljöer i form av facebookgrupper som riktar sig till människor intresserad av växtbaserad kost. Däremot så är inte det en garanti för att respondenterna har haft samma förhållningssätt till växtbaserad kost. Något som inte studien avsåg kartlägga var vilken relation som respondenterna hade till sin kost. Svaren avslöjade dock att respondenterna hade gjort olika kostval, däribland att de var veganer, lakto-ovo vegetarianer, flexitarianer eller hemma-vegetarianer. Frågan är då om det går att se på urvalet som typiska fall. Ja, kanske är de typiska fall för icke-köttätare men det skulle också kunna vara så att det är en alltför diversifierad population redan från början och även om respondenterna representerar typiska fall, det kanske säger alldeles för lite om en för stor grupp. Samma logik som kring typiska fall, går också att applicera om respondenternas inställning till hälsa och miljö. Något som den här studien inte har avsett att ta reda på innan, som kan ha haft en betydelsefull roll i tolkningen av de olika budskapen. Om en respondent av hela sitt hjärta avskyr miljörörelsen eller kanske har en mycket komplicerad relation till den egna hälsan så färgar det tolkningen, något som det inte har tagits höjd för i den här studien och också skadar generaliserbarheten.

7.2 Slutsats

Denna studie har bidragit med förståelsen kring hur budskap tolkas via dess inramning i allmänhet och hur altruistiska och egoistiska budskap om veganism tolkas i synnerhet genom undersökningen om hur icke-köttätare tolkar altruistiska och egoistiska budskap om veganism i nyhetsmedierna och hur kontextuella och individuella faktorer påverkar dessa tolkningar.

7.3 Vidare forskning

För framtida forskning inom området om budskap och veganism finns ett antal förslag som jag med detta kapitel skulle vilja föra fram. Studien grundar parametrar på tidigare forskning och bygger även på så sätt stora delar av sitt teoretiska ramverk. Phua, Jin & Jihoon (2019) samt Connon (2018) använder sig båda av experimentell metod i sina studier men gör dock inte anspråk på att undersöka huruvida altruistiska eller egoistiska budskap kan påverka tolkningen. Med ett tillräckligt stort urval och möjlighet att randomisera urvalet hade därför en experimentellt utförd studie kring hur veganska budskap om altruism och egoism tolkas och uppfattas kunnat utföras.

Vidare så tror jag att metoden som den här studien använder sig av, det vill säga vignetter som presenterar information inför en fokusgrupp, hade kunnat omarbetas för att kunna besvara nya forskningsfrågor och generera nya resultat. Ramverket som den här studien utgör skulle kunna omarbetas men också till att inkludera kön samt även politisk predisposition i urvalet av respondenter, därmed undersöka hur de skulle kunna relatera till tolkandet av ett visst budskap.

Den här studien har använt sig av klimatförändringar som exempel på ett altruistiskt budskap och därmed också lämnat bakom djuretik som för många veganer utgör den största anledningen till en livsstilsförändring. Framtida forskning hade också kunnat se om budskap kring djuretik genererar en annan typ av tolkning. Här skulle också djuretik och klimatförändringar som båda falanger av altruistiska budskap kunnat jämföras och om det finns några skillnader i tolkningarna för dem.

Referenslista

Bailey, R., A. Froggatt, and L. Wellesley. 2014. Livestock – Climate Change's Forgotten Sector. Global Public Opinion on Meat and Dairy Consumption. London, United Kingdom: Chatham House, The Royal Institute of International Affairs.

Bergström, Göran & Boréus, Kristina (2012) "Diskursanalys", in Bergström, Göran & Boréus, Kristina (Eds.) Textens mening och makt – metodbok i samhällsvetenskaplig text- och diskursanalys (pp.353-416). Lund:Studentlitteratur AB.

Bocquet-Appel, Jean-Pierre (29 July 2011). "When the World's Population Took Off: The Springboard of the Neolithic Demographic Transition". *Science*. 333 (6042): 560–561. Bibcode doi:10.1126

Connon, C. (2018) "What's the beef with veganism? An experimental approach to measuring attitude change after documentary exposure" Published by ProQuest LLC (2018)

Djurens rätt (2020) "Djuretik"
<https://www.djurensratt.se/djuretik> Hämtad 2021-01-03)

Entman, R. "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm" (1993) *Journal of Communication*; Autumn 1993; 43, 4; ABI/INFORM Global pg. 51

Esaiasson, P. Giljam, M. Oscarsson, H. & Wängnerud, L. (2017) "Metodpraktikan Konsten att studera samhälle, individ och marknad." 3:e upplagan. Norstedts Juridik AB, Stockholm.

Forskning och framsteg (2002) "Då blev kött tabubelagt"
<https://fof.se/tidning/2002/6/da-blev-kott-tabubelagt> (Hämtad 2021-01-07)

Globaldata, top trends in the world 2017
<https://www.reportbuyer.com/product/4959853/top-trends-in-prepared-foods-2017-exploring-trends-in-meat-fish-and-seafood-pasta-noodles-and-rice-prepared-meals-savory-deli-food-soup-and-meat-substitutes.html> (Hämtad 2020-11-22)

Goffman, Erving. 1974. *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. New York, NY et al.: Harper & Row

Henrik Arnstad, Aftonbladet 2019

<https://www.aftonbladet.se/kultur/a/4qOKba/identitetspolitiken--avskydd-fran-hoger-till-vanster> (Hämtad 2020-11-25)

Heuer, J. Zimmermann, K. 2020 "Unraveling deservingness: Which criteria do people use to judge the relative deservingness of welfare target groups? A vignette based focus group study" Journal of European Social Policy 2020. Vol 30 (4) 389-403. The Author(s) 2020 Sagepub

Holmberg, S. Asp, K. (1984) "Kampen om kärnkraften" 1:e upplagan. Liber Förlag stockholm

Jagers, S. Martinsson, J. Nilsson. A 2009 "Kan vi påverka folks miljöattityder genom information?" Rapport till expertgruppen för miljöstudier. Regeringskansliet.

Jordbruksverket 2018 "Hållbar produktion och konsumtion av mat"

<https://webbutiken.jordbruksverket.se/sv/artiklar/ra1817.html> (Hämtad 2020-11-22)

Le, L.T.; Sabaté, J. Beyond Meatless, the Health Effects of Vegan Diets: Findings from the Adventist Cohorts. Nutrients 2014, 6, 2131-2147.

Livsmedelsverket 2020

<https://www.livsmedelsverket.se/matvanor-halsa--miljo/kostrad/rad-om-bra-mat-hitta-ditt-satt/kott-och-chark?AspxAutoDetectCookieSupport=1> (Hämtad 2021-01-04)

Läkare för framtiden 2016 "Vegansk kost optimal för hälsa och miljö, vad gör vi nu?"

<http://www.lakareforframtiden.se/nyheter-och-blogg/vegansk-kost-optimal-for-halsa-och-miljo-vad-gor-vi-nu/> (Hämtad 2020-12-02)

MacInnis, C. Hodson, G. (2015) "It ain't easy eating greens: Evidence of bias toward vegetarians and vegans from both source and target. Group processes & Intergroup Relations 2017, Vol 20 (6) 721-744) Sagepub

Matrapporten 2019 "En årlig undersökning om hur vi handlar, lager och äter"

https://www.foodfriends.se/wp-content/uploads/2019/06/Matrapporten_2019_web.pdf (Hämtad 2021-01-06)

Millward, L. Focus Groups. (1995). In G. M. Breakwell, S. Hammond, & C. Fife-Schaw, (Eds.). *Research methods in psychology* (p.274-292). London: Sage.

One green planet (2015) "Why tofu consumption is not responsible for soy related deforestation"

<https://www.onegreenplanet.org/environment/why-tofu-consumption-is-not-responsible-for-soy-related-deforestation/> (Hämtad 2020-11-22)

Outi Lundahl (2020) Dynamics of positive deviance in destigmatisation: celebrities and the media in the rise of veganism, *Consumption Markets & Culture*, 23:3, 241-271, DOI: 10.1080/10253866.2018.1512492

Phua, S. Venus Jin & Jihoon (Jay) Kim (2019): The roles of celebrity endorsers' and consumers' vegan identity in marketing communication about veganism, *Journal of Marketing Communications*, DOI: 10.1080/13527266.2019.1590854

Psychology today 2018

<https://www.psychologytoday.com/us/blog/without-prejudice/201809/meat-eating-and-political-ideology> (Hämtad 2020-11-20)

Richard Dawkins (2020) "Richard Dawkins on Veganism and Animal Rights" Cosmic Clips <https://www.youtube.com/watch?v=xQRjInDuueE&t=154s> (Hämtad 2021-01-03)

Rothgerber, H. (2013). Real men don't eat (vegetable) quiche: Masculinity and the justification of meat consumption. *Psychology of Men & Masculinity*, 14, 363-375. doi:10.1037/e512142015-436

Svenska dagbladet 2018 "Unga odlar sin identitet med grönt matval"

<https://www.svd.se/unga-odlar-sin-identitet-med-gront-matval> (Hämtad 2020-11-25)

SVT 2018 "Forskare: Ät veganskt om du vill minska ditt avtryck på jorden"

<https://www.svt.se/nyheter/vetenskap/forskare-at-veganskt-om-du-vill-minska-ditt-avtryck-pa-jorden> (Hämtad 2020-12-02)

Thomas, M. A. (2016). Are vegans the same as vegetarians? The effect of diet on perceptions of masculinity. *Appetite*, 97, 79-86. doi:10.1016/j.appet.2015.11

Ungdomsbaramotern 2018 "Perspektiv på dagens unga"

<http://www.ungdomsbarometern.se/wp-content/uploads/2018/05/c-Ungdomsbarometer-n-Perspektiv-p%C3%A5-dagens-unga.pdf> (Hämtad 2021-01-08).

Yadav, R. (2016) "Altruistic or egoistic: Which value promotes organic food consumption among young consumers? A study in the context of a developing nation". 2016 Elsevier Ltd.

Bilaga 1: Intervjuguide

Intervjuguide: Text om klimatet

Intervjufråga 1

Vad tycker gruppen om veganism som en lösning till klimatproblematiken efter att ha läst texten?

Följdfrågor:

Är det ett narrativ som tas upp av medier generellt?

Tycker ni att det ses som ett problem som läggs på individens axlar eller på samhället i stort?

Är klimatförändringarna en av anledningarna till att ändra sin kost? Hur spelar klimatförändringarna in i ert kostval?

Vad tror ni om framtiden för att äta veganskt för att kunna stävja klimatförändringar?

Kommer det bli vanligare att läsa om?

Intervjufråga 2

Vad anser gruppen om hur generationsskillnader kan se ut kring om veganism är något som används för att bekämpa klimatförändringar? Finns det en skillnad mellan åldrarna och isåfall vilka skillnader?

Följdfrågor:

Ser ni att det finns en attitydskillnad mellan generationerna?

Intervjufråga 3

Tycker ni att det finns en norm som relaterar till kön i samhället kring att äta mer vegetariskt och veganskt för att kunna bekämpa klimatförändringar?

Följdfrågor:

Är det en skillnad mellan manliga och kvinnliga förhållningssätt?

Hur ser samhället på män eller på kvinnor som väljer en vegansk kost med anledning att förbättra miljön?

Intervjufråga 4

Hur ser ni på veganism som ett val för att bekämpa klimatförändringar? Vilka individuella motiv kan ligga bakom?

Följdfrågor

Bör veganism eller att äta mer veganskt med anledning av klimatförändringar ses som en politisk handling eller inte?

Går det att koppla klimatförändringar och veganism till en ideologi? Isåfall vilken?

Ses människor som väljer veganism på grund av att bekämpa klimatförändringar på ett visst sätt?

Intervjuguide: Text om hälsa

Intervjufråga 1

Vad tycker gruppen om veganism som en lösning till hälsoproblem efter att ha läst texten?

Följdfrågor:

Tycker ni att det är en lösning som tas upp av medier generellt?

Hur upplever gruppen veganism som en lösning till hälsoproblem i den allmänna debatten?

Intervjufråga 2

Vad anser gruppen om generationsskillnader och hur olika åldersgrupper ser veganism som en eventuell lösning för en bättre hälsa?

Följdfrågor:

Finns det en skillnad mellan åldrarna och isåfall vilka skillnader?

Vad beror skillnaderna eller icke skillnaderna på?

Hur upplevs interaktionen med andra åldersgrupper?

Intervjufråga 3

Tycker ni att det finns en norm som relaterar till kön i samhället kring att äta mer vegetariskt och veganskt för att för att förbättra hälsan?

Följdfrågor:

Är det en skillnad mellan manliga och kvinnliga förhållningssätt?

Hur ser samhället på män eller på kvinnor som väljer en vegansk kost med anledning att förbättra den egna hälsan?

Intervjufråga 4

Finns det andra individuella motiv som spelar in för valet av veganism för att förbättra den egna hälsan?

Följdfrågor:

Vilka anledningar kan folk ge för att äta vegansk kost för den egna hälsan?

Är valet att äta vegansk kost för den egna hälsan politiskt laddad eller inte?

Bilaga 2: Nyhetstexter

Vegansk kost optimal för din hälsa – Vad gör vi nu?

Denna vecka publicerades en banbrytande studie. Forskare från Oxford-universitetet, däribland bidragande författare till WHO:s rapport Global Burden of Disease, har använt data från denna rapport för att räkna ut hur olika kostmönster påverkar vår hälsa olika.

Sett till vad vi idag vet om kost och hälsa är resultaten föga förvånande. Om hela jordens befolkning skulle följa globala kostråd liknande dem från Livsmedelsverket skulle 5,1 miljoner förtida dödsfall kunna förebyggas varje år pga minskad förekomst av cancer, hjärtkärlsjukdom, diabetes typ 2 och stroke. Om vi istället skulle anamma en vegetarisk kost skulle 7,3 miljoner förtida dödsfall kunna förebyggas och för en vegansk kost är siffran 8,1 miljoner. Hundratals till tusentals miljarder kronor kommer även att sparas i minskade vårdkostnader. Forskarna understryker även att dessa siffror är underskattningar sett till befintliga data.

Är det därmed fastställt att en vegansk kost är bäst för vår hälsa? Det korta svaret på den frågan är ja. Det förutsätter emellertid att den som väljer en vegansk kost centrerar sin kost kring hela vegetabilier som frukt, grönsaker, baljväxter, fullkorn, bär, nötter och frön. Vi brukar använda termen "(helt) växtbaserad kost" för ett sådant kostmönster. Man behöver även B-12 i form av tillskott eller berikade produkter, likaså vitamin D om man inte vistas i solen regelbundet. För barn och gravida kan det behövas tillskott av långa omega-3-fettsyror via algolja.

Publikationer från Adventist Health Study har upprepat visat att ohälsa minskar ju mindre livsmedel från djurriket som äts. Detta trots att den studerade befolkningen i snitt äter mycket hälsosamt i enlighet med vedertagna kostråd. Interventionsstudier där helt växtbaserade kostmönster uppmuntras uppvisar överlägsna resultat i att bromsa och t.o.m. vända sjukdomsförlopp. Bäst visat är detta vid diabetes typ 2 och hjärtkärlsjukdom. En växtbaserad kost har kunnat få hjärtkärlsjukdom att gå tillbaka med kärl som öppnar sig år för år enligt kranskärlsröntgen. Inget annat kostmönster, inga läkemedel eller ingrepp har kunnat åstadkomma samma effekt.

Som svar på rubrikens fråga kan vi konstatera att vi som samhälle ännu inte agerar på den kunskap som finns om den växtbaserade kostens fördelar. 90% av oss äter fortfarande animaliska livsmedel till nästan alla måltider, och för många av oss når inte Livsmedelsverkets kostråd fram i snårskogen av senaste modedieter. Det finns många skäl till att sprida kunskapen och ju fler vi är som hjälps åt att sprida den, desto fortare kommer förändring att ske.

Forskare: Ät veganskt om du vill minimera ditt avtryck på klimatet

Det enskilt mest effektiva sättet att minska ditt avtryck på klimatet är att undvika animaliska produkter, det framgår i en ny studie som tidningen The Guardian menar är den största analysen hittills av jordbrukets påverkan på miljön.

Hur stor skada orsakar jordbruket runt om i världen på vår planet? Det har ett internationellt forskarteam tagit reda på i, vad tidningen The Guardian menar, är den mest omfattande analysen någonsin inom området.

I rapporten "Minska livsmedlets miljöpåverkan genom producenter och konsumenter" som är publicerad i tidskriften Science, slår forskarna fast att det enskilt mest effektiva sättet att minska vår miljöpåverkan på jorden är att undvika kött och mejeriprodukter.

Den nya studien visar att medan kött och mejeriprodukter bara förser oss med 18 procent kalorier och 37 procent protein, så brer den ut sig över majoriteten, 83 procent, av världens jordbruksmarker och står för 60 procent av jordbrukets utsläpp av växthusgaser.

"En vegansk kost är förmodligen det enskilt mest effektiva sättet att minska din påverkan på planeten jorden, inte bara när det gäller växthusgaser, utan också förurning, övergödning, markanvändning och vattenanvändning", säger Joseph Poore vid University of Oxford i Storbritannien som ledde forskningen, enligt The Guardian.

Till och med det mest miljövänligt producerade köttet är värre än det minst miljövänligt odlade grönsakerna, visar studien.

Mer effektivt än att skära ner på flyg

Ett uteslutande av animaliska produkter i din kost är mycket mer effektivt än att skära ner på flygandet eller att köpa en elbil när det gäller ditt avtryck på jorden, menar Joseph Poore, enligt tidningen. Detta eftersom dessa bara minskar utsläppen av växthusgaser.

"Jordbruk är en sektor som spänner över alla miljöproblem," säger han enligt The Guardian.

Bilaga 3: Respondentgalleri

Kontaktade äldre			Kontaktade yngre		
Kön	Ålder	Pseudonym	Kön	Ålder	Pseudonym
Kvinna	45-60	-	Kvinna	18-30	-
Kvinna	45-60	Lina	Kvinna	18-30	-
Kvinna	45-60	-	Kvinna	18-30	Hanna
Kvinna	45-60	-	Kvinna	18-30	-
Man	45-60	-	Kvinna	18-30	-
Kvinna	45-60	-	Kvinna	18-30	-
Kvinna	45-60	Daniela	Kvinna	18-30	Sara
Man	61+	Irina	Man	18-30	Simon
Kvinna	61+	-	Man	18-30	Oscar

Kommentar: Markerat i grönt menas att de deltog under fokusgruppstillfällena.