

GÖTEBORGS
UNIVERSITET

Friterade sjöstjärnor, knöltångssallad eller panerad signalsjögurka till lunch?

*En studie av svenska kustboendes acceptans
till alternativa typer av havsmat*

Göteborgs Universitet | Institutionen för Globala Studier | VT 2021

*Examensarbete i Humanekologi och Miljövetenskap | Bachelor's thesis in Human Ecology
and Environmental Science*

Författare: Julia Bergström

Handledare: Merritt Polk

Antal ord: 12.520

Nyckelord: Scary Seafood, alternativ havsmat,
trekomponentsmodellen, attityder, miljöattityder, novel food

	1
1. Inledning	4
1.1 Bakgrund	4
1.2 Scary Seafood	4
1.3 Forskningsproblem	6
1.4 Syfte och frågeställningar	7
1.5 Avgränsningar	7
1.5 Uppsatsens disposition	8
1.6 Humanekologisk koppling	8
2. Tidigare forskning	10
3. Teoretiskt ramverk	12
3.1 Attityder	12
3.1.1 Trekomponentsmodellen	12
3.1.2 Miljöattityder och nivå av acceptans	13
3.1.3 Demografisk information och dess inverkan på acceptans	14
3.1.4 Teoretisk förklaringsmodell	15
3. Metod	16
3.1 Forskningsmetod	16
3.1.1 Enkät	16
3.1.2 Urval	17
3.1.3 Pilotstudie	17
3.2 Forskningsdesign	18
3.2.1 Enkätdesign	18
3.2.2 Inledning	19
3.2.3 Konativa processer	19
3.2.4 Kognitiva processer	20
3.2.5 Affektiva processer	20
3.2.6 Miljöattityder och acceptans	21
3.2.7 Demografi	23
3.2.8 Öppen fråga	23
3.3 Analysmetod	24
3.4 Metoddiskussion	24
3.4.1 Reliabilitet	24
3.4.2 Validitet	24
4. Resultatredovisning och analys	26
4.1 Studiens representativitet	26
4.2 Attityder	29
4.2.1 Intern reliabilitet	29
4.2.2 Konativa processer	30

4.2.3 Kognitiva processer	34
4.2.4 Affektiva processer	36
4.2.5 Mellan attitydkomponenterna	37
4.3 Acceptans och miljöattityder	39
4.4 Demografi och övriga frågor	40
4.5 Kvalitativt inslag	41
5. Slutsatser	43
5.1 Återstående problem	45
6. Referenslitteratur	46
7. Bilagor	52
6.1 Enkät	52

Abstract

This paper applies an explorative approach to research south Swedish coast inhabitants' acceptance towards local non-traditional seafood. The paper's basis is derived from a report that points out the potential of sustainable harvesting and cultivation of species groups belonging to cnidaria, crustaceans, molluscs, echinoderms, tunicates and algae along the Bohus coast. The Tripartite model of attitudes was utilized in order to map out the extent of acceptance. To reach a wider understanding, environmental tendencies and demographic information were adopted into the analysis. Results from 161 survey responses showed a mixed response where a minority of respondents displayed skepticism and low acceptance and the majority group had a neutral to high acceptance. The group with higher acceptance showed overall higher correlation with former experience, positive affective components and higher probabilities of testing, and also in general a higher degree of environmental tendencies. The results of the group of low acceptance had the same but opposite correlations. This generates the conclusion that increased experience and knowledge can foster higher acceptance, which is something that can also be identified as an opportunity in increasing acceptance. The willingness to try increased in situations where the individuals had to take less action themselves, such as cooking or buying at a food market. Demographic information did not carry any explanation of the acceptance. Obstacles to an increased consumption that were identified were low experience, level of disgust and low knowledge of methods of cooking and knowledge about the sustainability aspect. The paper expands the scope for multiple opportunities for increased sustainable consumption and further research in the field of alternative seafood.

1. Inledning

1.1 Bakgrund

Matkonsumtion och produktion står för en betydelsefull del av dagens miljöproblem, för enligt IPCC (2019) kan man spåra runt en tredjedel av utsläppen av växthusgaser till det globala livsmedelssystemet. Denna siffra innefattar hela livscykeln i matproduktionen genom exempelvis odling, djurhållning, paketering och transporter, vilket innebär att miljöproblemen som kan spåras till matproduktion är mycket mångsidiga. För att kunna gå mot en mer hållbar livsstil, både bland människor och system, krävs en omställning inom produktionen, förändrade kostvanor och ett minskat matsvinn (Lartey, et al., 2019).

En framtida utmaning är det faktum att världens befolkning vid 2050 förväntas ha vuxit med två miljarder människor, från dagens knappt 8 miljarder (Förenta Nationerna, 2019). Enligt Europeiska Kommissionen (u.å. A) har också den globala medelklassen mellan 2009 och 2017 fördubblats och förväntas även ha en snabb tillväxt i nära framtid. Detta bidrar till en bättre ekonomi och ökad köpkraft, vilket leder till ökad konsumtion och samtidigt ett större tryck på naturresurser (W. P. Cunningham & M. A. Cunningham, 2012). När städerna växer skapas också ett uppdämt behov av långväga transporter med mat som kommer från platser världen över (ibid). Även köttkonsumtionen pekas ut som en av de största miljöbovarna när det kommer till mat enligt W. P. Cunningham och M. A. Cunningham (2012). Kött är allmänt känt en integrerad del av många av världens matkulturer och det innebär stora prövningar när kött problematiseras alltmer främst på grund av den energiintensiva produktionen. Den stora mängd landyta som krävs för att uppehålla produktionen upptar stora arealer av skördad skog och mark, som bidragit till omfattande förlust av biologisk mångfald och viktiga kolförråd (ibid). Dessutom kan framförallt rött kött på lång sikt vara ett problem ur hälsosynpunkt i och med ökad risk för hjärt- och kärlsjukdomar (Appelqvist & Lindegarth, 2019).

1.2 Scary Seafood

I ljuset av dessa utmaningar är det viktigt att stimulera nytänkande och innovativa lösningar för att kunna skapa förändring i sättet människor konsumerar (Marten, 2001). Den här uppsatsen tar avstamp i en rapport författad av Appelqvist och Lindegarth (2019), kallad "Scary Seafood- den nya maten från havet", som syftar till att upplysa om icke-traditionell havsmat som kommer från lokala vattenområden på den svenska bohuskusten. Scary Seafood

härstammar från uttrycket “scary food” som innebär ovanlig mat som ofta har attraktion inom turismsektorn. Ett exempel som tas upp i rapporten är “smalahove”; fårhuvud, som årligen lockar turister till Norge och som även har en matfestival uppkallad efter sig. Scary Seafood är en förlängning av uttrycket och appliceras istället på havslevande arter och växter. De artgrupper som rapporten fokuserar på är nässeldjur, kräftdjur, blötdjur, tagghudingar, sjöpongar och alger (Appelqvist & Lindegarth, 2019). Rapporten tar upp 33 arter utifrån dessa artgrupper, ett par exempel är signalsjögurka, sjöstjärna, öronmanet, valthornssnäcka, tarmsjöpfung och knöltång. Maritima Klustret i Västsverige står bakom rapporten, som är ett samarbete mellan aktörer som bland annat Göteborgs Universitet, RISE, Havs- och Vattenmyndigheten och Chalmers Tekniska Högskola.

Rapporten av Appelqvist och Lindegarth (2019) lägger fram vissa möjligheter till att småskaligt skörda och odla dessa arter till förmån för bland annat ekoturism och restaurangnäring. Konsumtionen av liknande havsmat är redan vanligt på andra platser som exempelvis i asiatiska länder (Sellke, Dreyer & Linke, 2016). De rovfiskar som ofta äts i Sverige är hårt fiskade och bestånden hinner därför inte återhämta sig till långsiktigt hållbara nivåer (ibid). Dagens fokus på rovfiskar, exempelvis lax och torsk, utmanas av detta koncept eftersom konsumtionen förflyttas längre ner i näringsväven. Den samlade vetenskapen är ense om att detta skapar stor potential till hållbar konsumtion av havsmat enligt Appelqvist och Lindegarth (2019). Rapporten pekar ut viktiga faktorer när det gäller hållbarheten i eventuellt uttag av arterna. Bland annat menar författarna att en medvetenhet kring hur arten i fråga betar sig mellan säsonger är mycket viktig, samt vilka redskap som kan användas och hur användningen av dessa ska se ut. De menar även att aktörer som är involverade i skörden måste vara medvetna om artens plats i det lokala ekosystemet för att ta hänsyn till biotiska faktorer såsom parasitism och predation. Appelqvist och Lindegarth (2019) uttrycker att det är viktigt att undvika så kallad “gold rush” där en art som blir populär snabbt utrotas eller blir hårt belastad. Författarna rekommenderar därför att utgå från försiktighetsprincipen. Det är tydligt i rapporten att det behövs ytterligare forskning för att säkra miljömässig hållbarhet i ett framtida eventuellt uttag. Arterna skiljer sig i möjligheter till konsumtion, exempelvis bedöms tångräkan klara mindre fångster för mindre grupper inom ekoturism, medan bläckfiskar rekommenderas till konsumtion när den hamnat som bifångst vid trålfiske

eftersom den inte överlever att bli tillbakasläppt ut i vattnet (ibid). Ett ytterligare exempel är olika sorters sjöborrar som bedöms ha förutsättningar för odling (ibid).

Rent hälsomässigt menar man i rapporten att ökad konsumtion av havsmat näringsmässigt kan bidra till bättre förutsättningar till ökad folkhälsa. Framförallt minskar det risken för hjärt- och kärlsjukdomar om det kan fungera som ett alternativ till protein såsom rött kött (Appelqvist & Lindegarth, 2019). Havslevande djur som fisk och skaldjur innehåller inte bara protein men också omega-3-fetter, vitaminer och mineralämnen som jod, vitamin D och kalcium, alger innehåller också till viss del omega-3 och jod. (ibid)

1.3 Forskningsproblem

Grunden till Scary Seafood är dels, som namnet antyder, något uppseendeväckande och sensationalistiskt, men parallellt utmanar det också idén om vad vi är vana vid att konsumera, genom att rikta ljuset åt att dessa arter finns i närheten av oss och att det kan gå att ta tillvara på med tanke på hållbarhetsaspekten. Utifrån Scary Seafoods utmanande effekt på matkulturella normer kan man se parallellerna till ett annat fenomen som inte riktigt slagit igenom i Västvärlden. Det har länge varit omdiskuterat med insekter som en alternativ proteinkälla, som inte bara har goda näringsinnehåll men också stora möjligheter att kunna odlas på ett hållbart sätt enligt Fischer, et al. (2015). Författarna menar att acceptansen till insekter som mat är låg i Västvärlden och det utgör ett hinder för en ökad konsumtion. Utifrån intervjuer som sammanfattas i rapporten om Scary Seafood ser lokala odlare och entreprenörer potential i dessa arter, men det finns inom den lokala restaurangbranschen en tydlig försiktighet och skepsis, som grundar sig i osäkerhet kring efterfrågan hos gäster, men också okunskap, hur produktinköp kan fungera och tillagningsmetoder (Appelqvist och Lindegarth, 2019). Kunskapen kring hur acceptansen ser ut bland befolkningen är idag okänd. Detta väcker frågor om hindret är detsamma som för insektsbaserad mat eller om det finns en acceptans som kan skapa en grogrund för ökad nyfikenhet. Denna erhållna kunskap skulle kunna ha en funktion för diskursen kring hållbar matkonsumtion. Exempelvis kan det bidra till att expandera synen på mat genom att peka på möjligheter som hitintills varit okända.

1.4 Syfte och frågeställningar

Syftet med studien är att förstå om det finns en acceptans gentemot icke-traditionell havsmat bland svenska kustboenden. Detta görs genom att kartlägga attityder för att få en förståelse för hur inställningen ser ut i populationen. Studien är av explorativ karaktär på grund av att fältet ännu är relativt outforskat i Sverige, därför söker studien vidare att förstå om acceptansen kan vara kopplad till faktorer som demografi och miljöattityd.

Frågeställningar:

- Hur ser inställningen ut gentemot icke-traditionell havsmat bland kustboende i Sverige?
 - ◆ Hur har faktorerna demografi och miljöattityd en påverkan på människors acceptans?
- Vad finns det för hinder och möjligheter för en ökad konsumtion?

1.5 Avgränsningar

Vissa avgränsningar har gjorts i arbetet av denna studie. Dels finns en geografisk avgränsning till kustboende i södra delen av Sverige. Med kustboende avses människor som bor på platser som ligger i anslutning till havet. De arter som rapporten tar upp finns framförallt att tillgå vid Bohuskusten och med tanke på hållbarhetsaspekten ska dessa helst produceras och konsumeras lokalt (Appelqvist & Lindegarth, 2019). Ämnet kan dock vara relevant över världens olika kustområden med tanke på miljöperspektivet eftersom hållbar matproduktion från havet är en global fråga. En geografisk avgränsning eller uppdelning är troligtvis till fördel att tillämpa för att kunna dra bättre slutsatser om attityder på lokala platser, med tanke på att deltagarna kan tänkas ha en relativt gemensam matkultur och därför liknande attityder.

Den metod som valts fungerar också som en avgränsning. Studien hade kunnat utföras på ett kvalitativt sätt och istället gått in på djupet. Det fanns också en personlig preferens för statistiska metoder och viljan att få en bredare bild av ämnet. En enkät tar också bort möjligheten för respondenten att se objektet i verkligheten, vilket hade kunnat bidra till en mer sann mätning av inställningen. Enkäten mäter främst vad respondenten tror är sin inställning, speciellt om det inte finns någon tidigare erfarenhet.

1.5 Uppsatsens disposition

Uppsatsen börjar med att gå igenom bakgrund och de teoretiska grunderna. En uppbyggnad av studiens teoretiska ramverk presenteras. Resultatet presenteras sedan tillsammans med en analys med anledning av att det skapar enklare förutsättningar att följa med i resultatredovisningen. Därefter sammanfattas undersökningens slutsatser och de insikter som uppstått under studien som kan öppna för framtida forskning. Studiens huvudsakliga teman är attitydmätning med hjälp av trekomponentsmodellen, miljöattityder och demografisk information.

1.6 Humanekologisk koppling

Gerald G. Marten, en erkänd humanekolog, definierar humanekologi som studien om relationen mellan mänskliga och ekologiska system (2001). Marten illustrerar humanekologiska studier genom ett ekosystem, där det finns ett mänskligt system som existerar i beroendeställning till miljöns ekosystem. Det mänskliga systemet består av sociala aspekter som producerar människans världssyn, normer, beteenden, samhällsstrukturer, med mera (ibid). Miljön och människan växelverkar genom att miljön bidrar med resurser för människan att leva på, som mat, vatten, bränsle och material för hus, samtidigt som människan skapar avfall som sedan går tillbaka i naturen. Människan är beroende av naturen för att överleva, men naturen är inte beroende av människan, syftar Martens modell på (2001). Humanekologi är därmed fältet som diskuterar hur det mänskliga systemet förhåller sig till naturen utifrån dessa premisser. Den humanekologiska riktningen grundar sig generellt i att människan intagit en styrande roll i sin relation till naturen vilket ofta bidragit till olika typer av miljöproblem och en ohållbar utveckling. Samma princip grundar sig denna studie i. Den alternativa havsmaten är delvis ett svar på att det finns ett rådande hållbarhetsproblem när det kommer till människans överkonsumtion genom att visa på alternativ. Dagens livsmedelssystem påverkas mycket av människans normer och beteenden kopplade till mat, eftersom efterfrågan styr tillgången. Scary Seafood riktar i detta avseende ljuset på något normbrytande som skapar ett ifrågasättande av rådande matnormer, genom att visa att det går att äta något som anses ovanligt eller konstigt, som namnet antyder.

Då studien har ett fokus på attitydmätning går den samtidigt in på området miljöpsykologi. Genom verktyg från det miljöpsykologiska fältet kan vi närmare förstå hur människans

interaktion med miljörelaterade frågor ser ut i detta specifika fall. Nilsson (2020) menar i sin bok *Klimat och psykologi* att människors relation till miljöproblem består till stor del av normer, värderingar och vanor, och att förändring kopplad till miljö kan förstås genom att studera dessa sociala aspekter av mänskligheten. Marten (2001) uttrycker också att lösningen till miljöproblem inte bara ligger i politikens och ekonomins händer utan att miljöproblemen kräver beteendeförändringar som kan inkorporeras i det sociala systemet genom exempelvis normer och trender. Detta går i linje med den här undersökningen som i grunden söker att förstå om acceptansen kan öka och därmed få en större plats i lokal matkultur.

2. Tidigare forskning

Uppsatsen rör ämnena hållbar matkonsumtion och acceptansen till ny mat. De skapar tillsammans ett tvärvetenskapligt spann och rör sig huvudsakligen mellan fälten miljövetenskap och miljöpsykologi.

Europeiska Kommissionens (u.å. B) begrepp “novel food”, nya livsmedel, definieras som mat som människor inte konsumerat till en noterbar mängd innan 15 maj 1997 inom EU. Scary Seafood kan därmed kategoriseras som novel food. Ett känt livsmedel i kategorin är insektsbaserad mat har som tidigare nämnts en påvisad låg acceptans i Europa och Västvärlden jämfört med i exempelvis asiatiska länder Orsi, Voegelé och Stranieri (2019). Den låga acceptansen kretsar ofta kring avsmak och undersöks ofta med hjälp av skalor som mäter individers nivå av avsmak, så kallad “food disgust scale” (Orsi, Voegelé & Stranieri, 2019; Hartmann & Siegrist, 2018). Fischer et al. (2015) kom i sin studie fram till två viktiga aspekter när det kommer till acceptans av nya livsmedel, vilka är kulturell bakgrund och erfarenhet. Båda dessa har en inverkan på individens mottaglighet och upplevelse av maten. Orsi, Voegelé och Stranieri (2019) pekar på att barriärerna till en ökad acceptans är avsmak och neofobi mot ny mat. Gmuer, Guth, Hartmann & Siegrist, (2016) har även i sin studie pekat på att det största hindret till acceptans är de emotionella aspekterna, något som de menar behöver stå i centrum för strategier av eventuell marknadsföring av insektsmat. Torri, Tuccillo, Bonelli, Piraino och Leone (2020) har mätt italienska konsumenters inställning till manet som mat. De kom fram till att attityden mot manet bland annat kunde förklaras av demografiska aspekter som ålder, kön, utbildningsnivå och resevanor. Författarna menar också att vad som ses som “den ovanliga” maten i Italien kan vara vedertaget inom matkulturen i exempelvis Kina. Det är i linje med varför acceptansen enligt författarna ökar när individer reser i större utsträckning, eftersom exponeringen för den typen av mat kan bli större på resor i andra länder. Många liknande studier är också utförda på relativt begränsade geografiska områden, ofta beror det på att man vill undersöka människor som har en förhållandevis liknande matkultur eftersom det kan ha en avgörande effekt på acceptans.

När det kommer till konsumtion av den typ av mat som nämns i Scary Seafood-rapporten behandlar forskningsfältet främst alger och biprodukter från fiske, men inte i lika stor utsträckning attityder gentemot dessa. Generellt finns också en diskurs om

överexploateringen av arter, exempelvis sjögurkefisket i Stilla Havet som där varit det andra mest värderade fisket men som på grund av detta lett till ostabila och små bestånd (Carleton, Hambrey, Govan, Medley & Kinch, 2013). Alger är ett växande forskningsområde och har bland annat studerats som en källa till mat på grund av sitt goda näringsinnehåll och forskarna pekar på goda möjligheter till att odla olika typer av alger på ett hållbart sätt. (Sousa, Gouveia, Batista, Raymundo & Bandarra, 2008; Plaza, Cifuentes & Ibáñez, 2008).

Forskningsfältet kring hållbar matkonsumtion avhandlar ofta ämnet köttkonsumtion, där de globala miljötmaningarna ger grunden till diskursen om en eftersträvansvärd minskning av köttkonsumtion. Hartmann och Siegrist (2017) har gjort en systematisk analys över hur studier påvisar relationen mellan kött och konsumenter, där det visar sig att villigheten bland vuxna till att minska på kött är mycket låg, samt att villigheten att byta ut köttkonsumtion mot köttsubstitut också är mycket låg.

Utifrån det redogjorda forskningsfältet går det att säga att det finns en nyfikenhet mot hållbar alternativ mat. Acceptansen är dock som nämnts låg i många västerländska studier, speciellt mot matsorter som inte är traditionella. Det är en av anledningarna till att alternativ havsmat är av intresse att utforska, då det inte studerats i stort omfång i Sverige innan. Denna studie utförs också på ett geografiskt avgränsat område, något som härletts från den tidigare forskningens slutsatser som säger att de kulturella skillnaderna kan vara en viktig komponent i ämnet. De faktorer som pekats ut att de påverkar inställningen har också tagits till vara i denna uppsats genom användandet av en teori kallad trekomponentsmodellen. Modellen mäter attityd genom emotionella indikationer, erfarenhets- och kunskapsbaserade aspekter samt sannolika beteenden.

3. Teoretiskt ramverk

3.1 Attityder

Attityder handlar i grunden om en människas inställning till specifika saker, enligt Nilsson och Martinssons (2012) definition i deras bok *Attityder till miljöfrågor*. Attityder finns gentemot både konkreta objekt men också abstrakta företeelser, lika mycket gentemot små saker som mot stora. Det kan handla om åsikter kring en stor aktuell politisk fråga, men också om något så enkelt och konkret som inställningen mot en viss maträtt. Ytterligare en definition görs av D. Bhanumnavin och V. Bhanumnavin (2014), som menar att en attityd är en individs predisposition till hur en viss reaktion eller respons kommer se ut till ett objekt, och att attityder kan vara dynamiska beroende på situation och tid. Attityder har viktiga funktioner genom att de hjälper människan att orientera i en tillvaro full av intryck och stimuli (D. Bhanumnavin & V. Bhanumnavin, 2014). Människans attityd formar ett förhållningssätt till sin omvärld och färgar interaktioner med andra människor, uppfattningen av saker, agerande, handlande och hur snabba beslut tas (Nilsson & Martinsson, 2012). Därmed har attityder ett viktigt bidrag i forskningen, eftersom de kan generera en förståelse av hur individers beteenden utifrån attityderna kan se ut (ibid).

3.1.1 Trekomponentsmodellen

Trekomponentsmodellen, på engelska kallad "Tripartite model of attitudes", är en teori som kan förklara hur en individs attityd gentemot specifika objekt är uppbyggd (Breckler, 1984; American Psychological Association, 2020). Genom att mäta attityder kan människors inställning brytas ner i komponenter och förstås ur ett mer nyanserat perspektiv. I denna uppsats används trekomponentsmodellen som mätmetod för att förstå hur populationens attityder gentemot alternativ havsmat ser ut. Teorin har en vid acceptans bland attitydforskningen och man menar i grunden att en attityd kan bestå av tre dimensioner som är kognitiva, affektiva och konativa, sammanfattar den socialpsykologiska forskaren Breckler (1984). För att kartlägga en persons eller grups attityd mot något specifikt kan dessa tre antingen förstås tillsammans eller separat enligt Breckler (1984). Kognitiva processer är kopplade till individens tidigare anskaffade erfarenheter och kunskap om objektet enligt författaren. Komponenten består mer konkret av individens tankar, åsikter och uppfattning om objektet. Den affektiva processen är känslobaserad och beskriver individens känslomässiga inställning mot objektet. Exempelvis kan det handla om rädsla, kärlek,

gillande eller ogillande menar Breckler (1984). Den konativa processen, eller också kallad den beteendemässiga attitydkomponenten, syftar på hur individen tenderar att agera i förhållande till objektet (ibid). D. Bhanumnavin och V. Bhanumnavin (2014) som undersökt modellen menar att processerna avlöser varandra, att kunskapen om objektet skapar känslor som i sin tur skapar en beteendemässig respons, i form av ett bejakande eller ett undvikande beteende. Breckler (1984) menar också att modellens validitet ökar när det studerade objektet finns fysiskt närvarande. Detta skapar en lucka i denna studie, då respondenterna inte får se och smaka maten på riktigt, utan endast exponeras för bilder.

Ostrom diskuterar i sin artikel om relationen mellan komponenterna, och menar att Harding, Kutner, Proshansky och Chein (1954) och Fishbein (1966) påvisat att enbart en stark komponent kan räcka för att förstå individers attityd gentemot ett objekt. Ostrom menar också att det är viktigt att frågorna inom komponenterna korrelerar för att resultatet ska kunna ses som valitt (1969). Detta mäts sedan med hjälp av det statistiska verktyget Cronbachs alfa enligt Bryman (2018).

Det finns andra socialpsykologiska teorier om hur attityder är uppbyggda. Många skapar möjligheter att mäta attityder med kvantifierbar metod, exempelvis Teorin om planerat beteende. Denna teori tar hänsyn till faktorer som sociala normer som eventuellt kan ha en inverkan på individens beteende gentemot ett specifikt objekt (Nilsson & Martinsson, 2012). Fördelen med valet kring att applicera trekomponentsmodellen på denna undersökning är att ämnet generellt inte är känt hos gemene man, och därför går det att säga att det inte heller finns särskilt starka sociala normer att förankra ämnet i. Därför är det passande att grundläggande göra en kartläggning över hur attityderna är uppbyggda, vilket enkelt går att göra med hjälp av en struktur baserad på trekomponentsmodellen. Även tidigare redogjorda undersökningar om acceptans gentemot insekter tangerar med både den affektiva och den kognitiva komponenten, genom att emotionella aspekter och erfarenhet har en viktig del av individens inställning.

3.1.2 Miljöattityder och nivå av acceptans

Enligt empiriska studier finns det viss evidens att acceptansen till hållbarhetsprofilerad “novel food” ökar hos individer som har en högre grad av miljömedvetenhet. En studie av

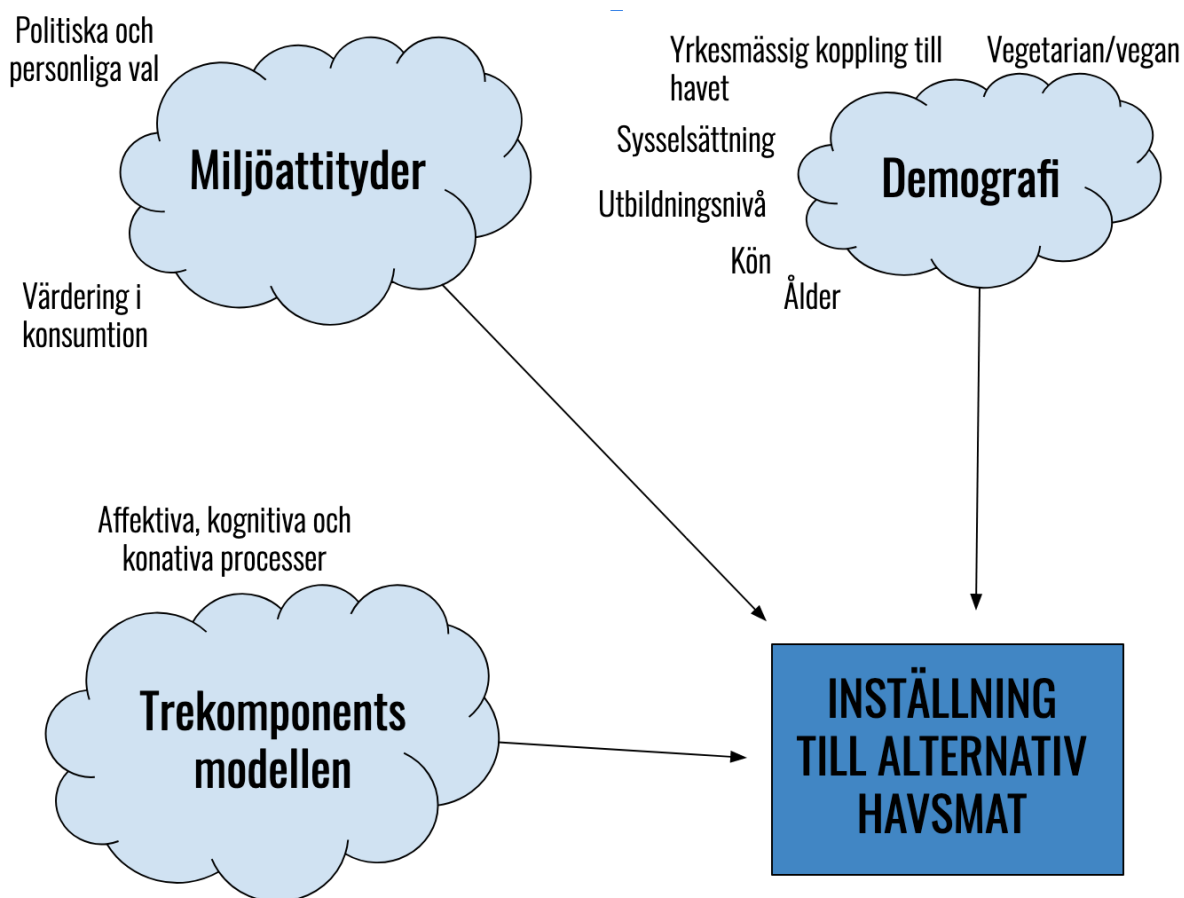
Thøgersen och Noblet (2012) utförd i Maine, USA, har funnit ett samband mellan människors miljövänliga beteende och deras acceptans gentemot expansionen av vindkraft i deras närområde. Studien fann att personer som agerar miljövänligt när det gäller saker i sin vardag har en ökad acceptans mot vindkraft. Även en högre grad av oro för miljöfrågor kan öka acceptansen enligt Thøgersen och Noblet (2012). Liknande resultat syns i studier om acceptans mot insekter som mat när man kontrollerar för miljömedvetenhet inom matkonsumtion, exempelvis visar en studie av Mora, Menozzi, Simoni, Sogari och Veneziani (2017) på italienska unga vuxna att attityderna mot insektsbaserad mat blir mer positiva när det sammankopplas med miljö- och hälsofördelar. Kostecka, Konieczna och Cunha (2017) menar till och med att miljömedvetenhet är en viktig faktor när det kommer till att öka benägenheten hos konsumenter att prova insekter, utifrån sin studie i Polen. En studie i Belgien av Verbeke (2015) pekar på samma sak. Något dessa studier har gemensamt är att de situerar sig i europeiska sammanhang, där det gemensamma kan tänkas vara en generell västerländsk kultur. I denna studie används detta som grund till att skapa en möjlig förklaring till acceptansen mot alternativ havsmat.

Däremot finns studier om insekter som visar på att kulturella aspekter är avgörande faktorer inom acceptans, exempelvis Fischer et al. (2015). De kulturella skillnaderna gällande insekter är i likhet med alternativ havsmat då vissa råvaror anses vara mer vanliga i vissa länder än andra. Detta representerar ett metodologiskt problem som Thøgersen och Noblet tar upp, där det kan vara svårt att hitta en sann kausalitet ur endast en statistisk korrelation inom just detta ämne (2012). Det kan därmed finnas en tredje, fjärde, femte faktor som är dold och som påverkar resultatet nämnvärt.

3.1.3 Demografisk information och dess inverkan på acceptans

Med tanke på dessa övriga faktorer går det att koppla tillbaka till den tidigare nämnda studien av Torri, Tuccillo, Bonelli, Piraino och Leone (2020) som kom fram till att attityder mot manet som mat kunde förklaras av de demografiska aspekterna ålder, kön, utbildningsnivå och resvanor. I namnet av den explorativa utgångspunkten används i denna undersökning de demografiska faktorerna ålder, kön, vegetarianism/veganism, sysselsättning, utbildningsnivå och yrkesmässig koppling till havet, för att skapa ytterligare förutsättningar till att söka samband till acceptans.

3.1.4 Teoretisk förklaringsmodell



Figur 1.

Denna modell ger en översikt på hur undersökningen i explorativ stil söker förståelse för respondenternas inställning.

3. Metod

Denna del är uppdelad i två huvudsakliga delar; forskningsmetod och forskningsdesign. Skillnaden mellan dessa är att forskningsmetod visar på den grundläggande tekniken som används för insamlingen av data för att kunna svara på frågeställningarna (Bryman, 2018). Forskningsdesign redogör för hur ramverket av datainsamling utformats och hur det ska ligga till grund för analysen. Främsta källan till information i metodavsnittet var också Brymans bok "Samhällsvetenskapliga metoder" som valdes på grund av att den är innehållsrik och innefattar en mycket bred grund till vetenskaplig metod (2018).

3.1 Forskningsmetod

För att besvara de frågeställningar som formulerats valdes kvantitativ metod. Kvantitativ forskningsmetod är mest relevant för att studera detta fenomen eftersom frågeställningarna strävar efter förståelse av hur det större sammanhanget ser ut med hjälp av så många personer som möjligt. Det är även relevant för studien att söka samband i den insamlade datan. Arbetssättet är närmast likt deduktion eftersom enkäten är uppbyggd med hjälp av det teoretiska ramverket, och undersökningen syftar till att skapa en observation av hur verkligheten ser ut.

3.1.1 Enkät

För att samla in data utformades en enkät med hjälp av Google Forms. Tjänsten valdes för att den möjliggör att enkelt överföra svaren till statistikprogrammet SPSS för vidare analys. Studien bedrevs under Covid-19-pandemin vilket krävde onlinelösningar för att samla in svar, därför var en webbaserad enkät till fördel. Annars hade det varit ett bra komplement att dela ut en fysisk enkät på relevanta platser. Ytterligare fördelar med en webbenkät enligt Bryman (2018) är att det går att kontrollera spridningen, och möjligheten att sprida den till geografiska platser man annars hade behövt ta sig till, vilket hade kostat tid och pengar. Enkäten har spridits med hjälp av ett antal för studien relevanta Facebookgrupper men även bekanta har fått svara på enkäten och sedan skicka vidare till andra personer. Facebookgrupperna hittades genom sökningar på slumpmässigt valda platser som ligger i det relevanta området. Facebookgrupperna som valdes var "Vi som bor på Tjörn" (<https://www.facebook.com/groups/372114123489214>), "Vi som bor i Lågarö Örns samfällighet" (<https://www.facebook.com/groups/725302024586120>), "Smögen och alla våra

sköna platser!” (<https://www.facebook.com/groups/682739275806826>) “925 Stockholm” (<https://www.facebook.com/groups/1804300956501462>), “Vad händer i Tanum” (https://www.facebook.com/groups/267906643982623/?notif_id=1620302772810311¬if_t=group_r2j_approved&ref=notif) och “Detta händer i Grebbestad” (https://www.facebook.com/groups/grebbestad/?notif_id=1620300389029269¬if_t=group_r2j_approved&ref=notif).

Den mest önskvärda populationen var kustboende på Bohuskusten, eftersom rapporten handlar om arter som finns där och med tanke på hållbarhetsaspekten skulle konsumtionen hållas på lokala nivåer. Från början uppstod problem med att få tag på personer bosatta just där som kunde svara på enkäten. Därför spreds enkäten först i storstadsregionerna. Att urvalet inkluderade boende från innerstadsregionerna med, som man möjligtvis kan anta har något mindre direktkoppling till havet, kan ha skapat en skevhet gentemot det studien ville åt. Något som hade kunnat lösa detta problem hade varit att ha en fråga om vart respondenten bor, för att sedan ha möjlighet att skapa ett bortfall.

3.1.2 Urval

Studiens utvalda population är personer som bor i kustområden i södra delen av Sverige. Urvalet är ett icke-sannolikhetsurval, då respondenterna till viss del valdes ut utifrån de kanaler som fanns tillgängliga för tillfället. Det saknades resurser till att skapa ett rent sannolikhetsurval eftersom det skulle kräva tillgång till listor på personer som berörs, det är exempelvis vanligt att det kostar pengar att få tillgång till dessa listor. Med tanke på detta blev urvalsmetoden främst ett bekvämlighetsurval. Urvalsmetoden tog dock avstamp i klusterurvalsmetodens ansats, vilket görs genom att grupper som är relevanta pekas ut för att de tillsammans kan skapa en representation gentemot populationen. Bryman menar att ett klusterurval är relevant när den önskvärda populationen har en stor geografisk spridning (2018). Vid spridningen av undersökningen skapades kluster utifrån kustnära områden vid storstäderna i södra delen av Sverige, mer specifikt kusten runt Göteborg och Stockholm.

3.1.3 Pilotstudie

En kort pilotstudie utfördes innan enkäten skickades ut på riktigt. Ett par anmärkningar togs tillvara och enkäten ändrades enligt detta. Delvis upplevdes otydlighet kring de vegetariska

alternativen, då det inte hade nämnts i inledningen att det fanns. Information lades då till i inledningen och även en fråga i början som tillhör den demografiska kategorin som frågar respondenten om den är vegetarian/vegan. Syftet med frågan var dels att skapa en bredare demografisk bild av respondenterna, men också signalera att det finns alternativ havsmat som är icke-animalisk. Tanken var också att skapa dummyvariabler, vilket är variabler i nominalskala som exempelvis “ja och nej”-alternativ, som i en regressionsanalys kan användas för att se samband mellan andra variabler (Bryman, 2018). Andra ändringar som gjordes i pilotstudien var omformuleringar av svarsalternativ för att förtydliga vad som efterfrågades. Viljan var att ha så många frågor i Likert-skala som möjligt för att underlätta analysen, men det gick inte alltid i praktiken vilket kom fram i pilotstudien. Exempelvis blev de kognitiva frågorna istället i nominalskala med svarsalternativen “ja, nej och vet ej/kanske”.

3.2 Forskningsdesign

3.2.1 Enkätdesign

Enkäten bestod av tre delar: trekomponentsmodellen, miljöattityder och demografi. Detta var också ordningen som valdes med tanke på eventuella skevheter som kan uppkomma i och med social önskvärdhet. Social önskvärdhet innebär enligt Bryman (2018) att man vill ge en god bild av sig själv och därför, om än omedvetet, hellre väljer svarsalternativet som kan anses vara bättre, något författaren menar kan bli en felkälla. Tanken är att respondenten först möts med bilder på arterna från Scary Seafood och får svara på direkta frågor om ämnet och deras intryck. Detta är också den viktigaste delen av undersökningen. Bryman (2018) menar att det är godtyckligt att placera de viktigaste frågorna i början av enkäten eftersom uppmärksamheten och intresset är som högst då, och demografi är den minst viktiga till förmån för denna undersöknings syfte. Sedan kommer frågor om andra omständigheter, ämnen som kan få respondenten att “zooma ut” och tänka på sig själv och sina åsikter ur ett större perspektiv. Detta kan beskrivas som injunktiva normer, vilket innebär individens uppfattning av vad andra tycker att man ska göra, något som kan påverka individens åsikter och agerande (White & Simpson, 2013). I detta fall handlar det om åsikter relaterade till miljön och demografiska frågor, där respondenten kan ha en förutfattad mening om att en viss grupp människor har en specifik åsikt, och utifrån detta börjar svara på annat sätt än det mest sanna. Exempelvis kan man anse att människor som har en yrkesmässig koppling till havet

förknippas med en viss attityd, och blir därför färgad av det när man svarar på frågorna om attityd. Därför är de frågorna som löper risk att färga respondenten placerade sist.

3.2.2 Inledning

Enkäten inleds med en kort sammanfattning av undersökningens syfte och enkätens forskningsetiska principer. De forskningsetiska principerna bygger på konfidentialitetskravet, nyttjandekravet, informationskravet som Bryman framhåller är ett par av de grundläggande etiska frågorna (2018). Dessa forskningsetiska aspekter ansågs vara viktigast och vissa valdes bort på grund av irrelevans. Exempelvis är uppfyllandet av samtyckeskravet redan “inbyggt” i enkäten då den går att stänga ner närhelst man vill. Studien bedöms heller inte leda till skada eller obehag på något sätt.

Nästa sektion i enkäten innehåller mer information om konceptet Scary Seafood med sammanfattande text och bilder på olika arter som Appelqvist och Lindegarths rapport tar upp (2019). I slutet av sektionen står det “Den här enkäten kommer att handla om dina attityder och tankar om konsumtion av dessa olika sorters havsdjur och växter. Tänk på konceptet generellt när du svarar på frågorna.”. Detta diskuteras vidare under avsnittet *Metoddiskussion*.

3.2.3 Konativa processer

2	Värdera sannolikheten att du skulle testa detta på restaurang	Likertskala 1-5: “Inte alls troligt” till “Mycket troligt”	Trekomponentsmodellen - konativa processer
3	Värdera sannolikheten att du skulle köpa detta på matmarknad	Likertskala 1-5: “Inte alls troligt” till “Mycket troligt”	Trekomponentsmodellen - konativa processer
4	Värdera sannolikheten att du på eget initiativ skulle köpa och tillaga detta om det fanns tillgängligt nära dig	Likertskala 1-5: “Inte alls troligt” till “Mycket troligt”	Trekomponentsmodellen - konativa processer
5	Värdera sannolikheten att du skulle testa detta om du blev bjuden av en vän	Likertskala 1-5: “Inte alls troligt” till “Mycket troligt”	Trekomponentsmodellen - konativa processer
6	Jag smakar gärna mat som jag aldrig smakat på innan	Ja, instämmer. Instämmer delvis. Varken eller. Instämmer lite. Nej, instämmer inte.	Trekomponentsmodellen - konativa processer

Frågorna 2-6 är kopplade till konativ attitydmätning, frågor som handlar om sannolikheten att beteendet blir på ett visst sätt. Frågorna 2-5 presenterar olika scenarion där respondenten ombeds värdera sannolikheten i hur den skulle agera. De scenarion som föreställs är olika och kan tänkas begära olika mycket av respondenten, exempelvis är det inte lika krävande att beställa maten på restaurang som att på eget initiativ köpa och tillaga maten. Fråga 2 är också baserad på att rapporten tar upp en viss skepsis och osäkerhet bland restaurangägare på Bohuskusten kring hur efterfrågan ser ut bland restauranggäster.

Fråga 6 är ett påstående som man på en Likert-skala får ange hur väl man instämmer. Syftet är att respondenten får mätas i ytterligare en skala om "öppenhet" till ny typ av mat. Svaren på samtliga konativa frågor är i Likert-skala och en högre värdering innebär en högre villighet och öppenhet till att testa maten. Syftet är att sedan skapa en egen variabel där varje respondent får varsitt medelvärde av dessa frågor, för att kunna göra en djupare analys.

3.2.4 Kognitiva processer

7	Har du sedan innan hört talas om den här typen av mat?	Ja. Nej. Vet ej/kanske.	Trekomponentsmodellen - kognitiva processer
8	Har du någon gång smakat på den här typen av mat?	Ja. Nej. Vet ej/kanske.	Trekomponentsmodellen - kognitiva processer
9	Om du har stött på detta innan, hur skulle du värdera den inställningen du redan skapat dig? Om nej kan du hoppa över frågan.	Mycket positiv. Något positiv. Neutral/varken eller. Något negativ. Mycket negativ.	Trekomponentsmodellen - kognitiva processer

Den kognitiva processen mäter respondenternas erfarenhet i ämnet och består av tre frågor, fråga 7 till 9. Frågorna kan främst användas som dummyvariabler då de är i nominalskala. Fråga 9 efterfrågar endast svar från de som svarat ja på någon av föregående frågor, där man får skatta intrycket man skapat sig sedan innan.

3.2.5 Affektiva processer

10	Värdera ditt intryck av den här typen av mat	Mycket positivt. Ganska positivt. Neutral/varken eller.	Trekomponentsmodellen - affektiva processer
----	--	---	---

		Ganska negativt. Mycket negativt.	
11	I vilken utsträckning förknippar du dessa känslor till den här typen av mat? Roligt, Äckligt, Intressant, Konstigt, Riskabelt, Möjlighet till ny upplevelse	Flervalsrutnät: Inte alls. Lite. Neutral. Ganska mycket. Mycket.	Trekomponentsmodellen - affektiva processer

Mätningen av affektiv attityd består av två frågor, fråga 10 och 11, dessa syftar till att mäta respondentens affekt för att sedan skapa en aggregerad variabel, eller sammanslagning, av svarens medelvärden. Dels får man skatta sitt intryck, där alla respondenter tillfrågas, till skillnad från föregående kognitiv fråga. Skillnaden är att respondenten får basera sitt intryck på det personen får reda på i enkäten, där man reflekterar över mer aktuella affekt, istället för affekt från de erfarenheter som finns. Frågan går i en skala från positivt till negativt med tanken att den ska fånga en grundläggande känslomässig inställning.

Nästa fråga presenterar sex olika känslor som respondenten får gradera, hälften är positiva och hälften negativa. De positiva och negativa affekten är blandade för att respondenten inte ska identifiera det mönstret, utan bara svara enligt sin egen reaktion. Syftet är att det inte ska vara tydligt vad det är som mäts i frågan. En tankeställning som dök upp var om de negativa affekten i praktiken kan likställas med att de är negativa, eller om det kan vara så att en person som är positivt inställd också kan värdera det som mycket "äckligt" eller "konstigt". Detta tas sedan upp och diskuteras vidare under rubriken *Intern reliabilitet*.

3.2.6 Miljöattityder och acceptans

12	Hur avgörande tycker du dessa aspekter är om du skulle äta någon typ av alternativ havsmat? Smak, Pris, Utseende, Ekologisk eller hållbarhetsmärkt , Tillgänglighet, Konsistens, Lokalproducerat , Hälsosamt, Kunskap om produktens ursprung , Kunskap om tillagningsmetod	Flervalsrutnät: Inte alls avgörande. Något avgörande. Neutral. Ganska avgörande. Helt avgörande.	Miljöattityd
13	I hur stor utsträckning reflekterar du över miljöfrågan när det kommer till dina politiska val?	Likertskala 1-5: "Inte alls" till "Helt och hållet"	Miljöattityd
14	I hur stor utsträckning reflekterar du över	Likertskala 1-5: "Inte	Miljöattityd

	miljöfrågan när det kommer till dina personliga val?	alls” till “Helt och hållet”	
--	--	------------------------------	--

Fråga 12 till 14 ämnar att mäta respondentens miljöattityder. Det finns olika dimensioner inom miljöattityder att mäta, exempelvis genom frågor som rör politik, konsumtion eller oro för miljöproblem, med mera. Mätmetoden skapar också i sig en definition på miljöattityd i undersökningen i fråga, och därför är detta viktigt att bestämma när frågorna i enkäten formuleras. I denna uppsats har frågorna riktat in sig mer på individens konsumtion och val, något som härstammar ifrån Thøgersen och Noblets studie på acceptans gentemot vindkraft jämfört med miljöattityder. Där mäts bland annat respondenternas nivå av grön konsumism (“green consumerism”), som handlar om deras egna vardagskonsumtion kopplat till miljöfrågor. Framst återspeglas detta i fråga 12 och 14, där fråga 12 efterfrågar hur viktiga respondenten anser att olika aspekter är om hen ska köpa denna typ av mat. Där är tre av aspekterna invävda mått på miljöattityder; “Ekologisk eller hållbarhetsmärkt”, “Lokalproducerat“ och “Kunskap om produktens ursprung”. Resterande aspekter i frågan fungerar framförallt som övrig information som kan vara till nytta för övrig analys. Fråga 14 handlar om att värdera i hur stor utsträckning man reflekterar över miljöfrågan i personliga val, vilket också kopplas till grön konsumism. I fråga 13 ombeds respondenten att värdera i hur stor utsträckning den reflekterar över miljöfrågan i sina politiska val. Detta är en fråga utan vidare teoretiskt underlag, förutom att dess syfte är att utvidga grunden för det aggregerade måttet som är tänkt att göras utav miljöattityderna.

Syftet med det aggregerade måttet är vidare att undersöka samband mellan attityder mot alternativ havsmat och miljöattityder. Rent teoretiskt hade miljöattityder också kunnat mätas med hjälp av trekomponentsmodellen, men på grund av den plats det hade krävt i enkäten valdes den metoden bort.

För att mäta acceptans kommer de aggregerade måtten av konativa och affektiva processer främst att användas eftersom de fungerar som indikatorer på respondenternas nivå av inställning. En positiv inställning jämförs därmed i denna studie med acceptans, och negativ inställning med låg acceptans. Definitionen av acceptans handlar därför om individens egna mottaglighet, inte en mottaglighet i exempelvis samhället eller omgivningen.

3.2.7 Demografi

1	Skulle du beskriva dig själv som vegetarian/vegan?	Ja. Nej.	Demografi
5	Vilket kön identifierar du dig som?	Kvinna. Man. Icke-binär. Annat. Vill inte svara.	Demografi
16	Hur gammal är du?	0-19. 20-29. 30-39. 40-49. 50-59. 60-69. 70-79. 80-89. 90+.	Demografi
17	Vad är din huvudsakliga sysselsättning?	Student. Arbetar. Arbetslös. Föräldraledig/tjänstledig g. Pensionär. Annat.	Demografi
18	Vad är din nuvarande eller senast avslutade utbildning?	Grundskola. Gymnasium. Kandidatnivå. Masternivå eller magisternivå. Doktornivå. Yrkehögskola, folkhögskola, övrig typ av utbildning eller kursverksamhet.	Demografi
19	Har du eller har du tidigare haft någon typ av yrkesmässig koppling till havet?	Ja. Nej.	Demografi

Den demografiska delens funktion är delvis att skapa en förståelse för hur urvalet ser ut och sedan kunna dra paralleller till den sanna populationen. Samtidigt ger det möjlighet att leta efter korrelationer mellan demografisk information och andra faktorer i den insamlade datan.

3.2.8 Öppen fråga

I slutet finns en fråga om övriga kommentarer angående respondentens syn på alternativ havsmat. Med den skapas möjligheter till att förstå respondentens inställning och attityd på ett djupare plan än bara genom siffror. Svaren kommer att analyseras med hjälp av en tematisk analys för att skapa en övergripande bild över respondenternas attityder. Även hinder och möjligheter kan upptäckas. Bryman (2018) beskriver den tematiska analysprocessen med att man söker efter centrala teman och sedan identifierar delteman till dessa. Därefter tolkas svarens betydelse. Eftersom studien i övrigt är kvantitativ är det relevant att leta efter mönster i de svarandes attityder, om tillräckligt många svarar på den öppna frågan.

3.3 Analyismetod

Analysmetoden är tänkt att bestå av dels, en enkel redogörelse för svaren, men också för att söka samband i materialet. Med hjälp av statistikprogrammet SPSS Statistics kommer metoderna oberoende t-test, envägs-ANOVA och korrelation att användas, för att söka efter signifikanta resultat. Rent statistiskt efterfrågar frågeställningarna efter hur attityderna är uppbyggda, vilket gör att det är relevant att söka efter samband mellan trekomponentsmodellens tre attitydtyper. Främst metoden kan t-test säga om det finns signifikanta skillnader mellan olika grupper medelvärde. T-test är den relevanta metoden då populationens standardavvikelse är okänd, vilket det i det här fallet är (Black & Cortinhas, 2014). Vidare söks samband mellan miljöattityder och attityd mot alternativ havsmat.

3.4 Metoddiskussion

3.4.1 Reliabilitet

Något som skulle stärka den interna reliabiliteten är enligt Bryman (2018) ett så kallat test-retest, där respondenten får svara på samma enkät under upprepade tillfällen. När resultatet på samma frågor eventuellt skiljer sig mellan enkättillfällena kan brister i mätinstrumentet uppdagas vilket gör att den interna reliabiliteten genomgår en prövning. För att stärka denna undersöknings reliabilitet ytterligare hade det kunnat vara nyttigt att genomföra ett test-retest, vilket det däremot inte fanns tid för i denna undersökning.

3.4.2 Validitet

Ett av de problem som uppstod vid utformningen av enkäten hade att göra med validitetsfrågan. Eftersom rapporten innehåller 33 arter som alla är relativt olika varandra i utseende och form, var det nödvändigt att skapa en helhet, ett koncept, för respondenten att tänka på när den svarar på frågorna. Detta var en tydlig avgränsning - och begränsning - både i valet av metod och även utformning av enkäten. För att få ytterligare information om människors attityder till mer specifika arter hade undersökningen utformats annorlunda. Exempelvis hade en kvalitativ undersökning kunnat ge mer ingående svar på människors åsikter. Om enkäten hade haft frågor om de separata arterna hade det tagit upp för mycket plats och eventuellt lett till vad Bryman (2018) beskriver som enkättrötthet - en alldeles för lång enkät riskerar att skapa omotiverade respondenter. En nackdel med avgränsningen är att

det kan ha gett upphov till en förvirring hos respondenten i vad exakt man ska tänka på när man svarar. Därför kan det ha blivit ett validitetsproblem, där respondenterna kan ha tänkt på olika saker när de svarade. Ett försök att lösa detta problem har varit att lämna en öppen fråga i slutet av enkäten där många kommentarer också kommit in. Sammanfattningsvis illustrerar detta också balansgången mellan kvantitativ och kvalitativ metod, en avvägning mellan djup och bredd.

Något som även kan diskuteras på temat validitet är mätmetoderna som valts i enkäten. Specifikt kan mätningen av miljöattityder problematiseras eftersom valet föll på just mätning av individens nivå av grön konsumism. Det hade kunnat finnas andra faktorer inom miljö som hade påverkat attityderna mycket mer, exempelvis oro för miljön eller intresse av politiska miljöfrågor, och som därför hade kunnat ha en starkare förklarande kraft i resultaten. Studien utgår från hypotesen att miljöattityd fungerar som den oberoende variabeln, där attityden gentemot alternativ havsmat är den beroende variabeln, och att den ena därför skulle kunna ha en påverkanskraft på den andra. Även om en korrelation skulle uppstå, säger det däremot inget om kausaliteten mellan variablerna. Trots att det finns forskning som tyder på detta, är det av nödvändighet att problematisera detta validitetsperspektivet. Enligt Bryman (2018) uppstår detta problem i större utsträckning i enkätstudier, och än en gång uppdragas de kvalitativa uppoffringar som görs när kvantitativ metod används.

Mätningen av attityder går också att problematisera trots att trekomponentsmodellen sedan tidigare är välstuderad. Utformningen av enkätens frågor kopplade till de tre komponenterna kan ha bidragit till validitetsproblem och skevheter. Exempelvis kan jag som utformade enkäten ha egna personliga åsikter som omedvetet påverkade frågorna. Alla frågorna utgår ifrån en definition, exempelvis var det mitt egna val av vilka känslor som skulle mätas, medan en annan person kan ha definierat de emotionella aspekterna med hjälp av andra ord, vilket hade kunnat leda till ett annat resultat. Som tidigare nämnts finns också en lucka genom att studien inte utfördes med hjälp av att respondenterna fick se objektet i verkligheten, och därför kan svaren ses som antaganden om hur deras attityder hade varit i en riktig situation. Sannerligen kan det också vara så att trekomponentsmodellen definierar attityder på något sätt som inte stämmer överens med hur de sanna attityderna mot alternativ havsmat är, utan att den egentligen fångar något annat.

4. Resultatredovisning och analys

För att återkoppla till studiens syfte återges här frågeställningarna som studien ämnar att besvara.

Frågeställningar:

- Hur ser inställningen ut gentemot icke-traditionell havsmat bland kustboende i Sverige?
 - ◆ Hur har faktorerna demografi och miljöattityd en påverkan på människors acceptans?
- Vad finns det för hinder och möjligheter för en ökad konsumtion?

Resultatredovisningen är uppdelad för att tydligt visa på hur svaren på frågeställningarna söks. Resultatredovisning och analys görs parallellt. Först redovisas en kartläggning av respondenternas demografiska uppdelning samt en jämförelse av hur den riktiga populationen sannolikt ser ut. Därifrån kan man skapa sig en djupare förståelse för hur resultaten kan tolkas. Därefter redovisas resultaten av enkätens frågor kopplade till trekomponentsmodellen. Dels redovisas de var för sig, men också hur, och om, de samverkar. Sedan redovisas resultatet av hur respondenternas miljöattityder ser ut, och om det finns någon koppling till attityder genom trekomponentsmodellen. Till sist redovisas svaren på den öppna frågan som fanns i slutet av enkäten och med hjälp av tematisk analysmetod eftersöks gemensamma teman i svaren.

4.1 Studiens representativitet

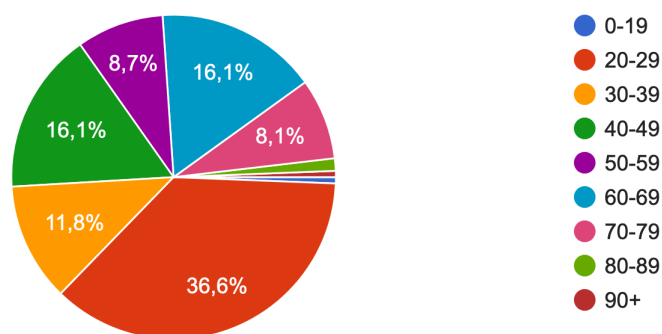
Denna del redovisar en kartläggning av respondenternas demografiska information, däribland kön, ålder, utbildningsnivå, huvudsaklig sysselsättning, yrkesmässig koppling till havet samt antal som angav att de är vegetarianer eller veganer.

Enkäten besvarades av 161 personer totalt. När det kommer till populationen är inte undersökningens stickprov tillräckligt stort för att kunna dra några slutsatser eller generaliseringar. Grovt räknat har människor från följande områden svarat på enkäten; Västra Götaland som har en befolkning på 1.734.443 varav Göteborg 583.056 och Norrtälje med befolkning på 63.673 samt Stockholms kommun på 975.551 personer (Statistiska Centralbyrån, 2020A). Mer konkret är de berörda öarna eller kustnära områdena Tjörn,

Södersvik, Smögen och Tanum men även boende i Göteborgs och Stockholms innerstad. Problemet med befolkningen i dessa områden är att det generellt är mycket större antal säsongsboende än permanentboende. Kärnbefolkningen ser oavsett ut som följande; Tjörn 16.016, Tanum 12.763, Sotenäs 9.073 och Södersvik 438 (Länsstyrelsen i Västra Götalands län, 2018; Statistiska Centralbyrån, 2018). Dessa ger en sammanslagen population med Göteborgs och Stockholms innerstad på cirka 1.597.000. Ett stickprov på 161 av dessa ger alltså inte ett generaliserbart resultat.

Undersökningen visar en tydlig överrepresentation av kvinnor med cirka 76% kvinnor och 23% män. I stort sett är fördelningen mellan kvinnor och män i Sverige under 2021 50/50 med ett par decimalers avvikelse enligt Statistiska Centralbyrån (2021A).

Hur gammal är du?
161 svar



Figur 2.

Åldersfördelningen bland respondenterna är inte jämn men visar en tydlig överrepresentation av gruppen 20-29-åringar som står för cirka 37%. Det är en relativt jämn fördelning mellan 30- till 70-åringarna förutom i grupperna 0-19, 80-89 och 90+ som innehåller mycket få respondenter. Åldersfördelningen i Sverige enligt Statistiska Centralbyrån (2021B) visar också att åldersgruppen 20-35 står för den allra största andelen av den svenska befolkningen. Sedan har 40-60 minskat något men har alla relativt lika stora andelar. Respondenterna i enkäten visar alltså ett liknande mönster.

För att jämföra datainsamlingens resultat kommer utvalda kommuner från Statistiska Centralbyråns (2020B) mätning att användas för att representera populationen; Tjörn, Sotenäs och Göteborg. Stockholm och Göteborg har mycket liknande siffror och därför jämförs endast Göteborg för enkelhetens skull. Respondenterna har generellt en markant högre utbildningsnivå än Statistiska Centralbyråns siffror från kommunerna (2020B). Grupperna med eftergymnasial nivå, det vill säga kandidatnivå, master- eller magisternivå och doktorsnivå, står tillsammans för 68%, medan genomsnittet på Tjörn ligger på 23%, Sotenäs 19% och Göteborg 37% för eftergymnasial utbildning på minst tre år. Den gymnasiala utbildningsnivån i datainsamlingen ligger dock i linje med SCB:s mätning i Göteborg på runt 20%, med något högre siffror på Tjörn och Sotenäs, vilket lär indikera på en högre utbildningsnivå i Göteborg. Yrkehögskola, folkhögskola eller övrig typ av utbildning står för cirka 10% i datainsamlingen vilket är lägre än dessa kommuners riktiga nivåer som ligger uppemot 20% enligt SCB, samma sak med antal som endast gått grundskola vilket är ett par enstaka personer i datainsamlingen. Sammanfattningsvis är utbildningsnivån inte helt representativ för Tjörn och Sotenäs, men däremot något mer representativ gentemot Göteborg. Denna datainsamling har också en alltför stor skillnad i antal mellan kvinnor och män för att det ska gå att jämföra med populationens utbildningsnivå mellan könen.

Den huvudsakliga sysselsättningen bland respondenterna är relativt lika delar arbetande och studerande på runt 35-40%, och en femtedel som är pensionärer. Resterande enstaka respondenter angav att de är arbetslösa, föräldralediga, tjänstlediga eller annat. Antal som angav att de har eller har haft en yrkesmässig koppling till havet är cirka 14% och resterande har inte det.

Sammanfattningsvis är majoritetsgrupperna som svarat på enkäten kvinnor, åldersgrupp 20-29, den högsta utbildningsnivån kandidatnivå och båda grupperna arbetande och studerande. Det innebär generellt att studien inte går att applicera på befolkningen i stort på grund av bristen på representativa siffror. Däremot går det att säga att studiens siffror kan ha blivit skev på grund av de framträdande aspekterna som till exempel kön, då den kan säga mer om kvinnors attityder än mäns.

4.2 Attityder

För att visa på hur analysen gått till börjar denna del av uppsatsen med att redovisa resultat kring hur den interna reliabiliteten ser ut. Anledningen är att du som läsare ska få en bättre förståelse för grunden till beräkningarna.

4.2.1 Intern reliabilitet

I enkäten finns flera frågor kopplade till ett och samma mått, exempelvis är syftet att mäta respondentens konativa processer med hjälp av fem frågor. För varje respondent ska därför dessa aggregeras genom att de slås ihop i medelvärden till en ny variabel. För att detta ska kunna användas i analysen krävs en förståelse för hur starka frågorna är emellan sig, det som kallas intern reliabilitet. Bryman beskriver den interna reliabiliteten med att de sammanslagna måtten som används ska följa en inre överensstämmelse, en försäkran att de faktiskt gemensamt mäter samma sak (2018). För att kunna fastställa en intern validitet mäts variablerna tillsammans med hjälp av Cronbachs alfa, vars resultat blir en siffra mellan 0 och 1. När siffran är 0,8 eller högre anses det vara en god nivå för den interna reliabiliteten. Bryman (2018) refererar dock också till Berthoud (2000, s 169) som menar att en nivå på minst 0,6 också är "tillfredsställande".

Resultaten i de aggregerade måtten i denna undersökning visar på följande: miljöattityder har ett alfa på 0,771 och konativa processer 0,864. Därför går det att säga att det i den här undersökningen finns en intern reliabilitet i dessa mått. Två av tre av de kognitiva frågorna består av ja och nej-frågor, och därför används i detta fall inte Cronbachs alfa, utan dessa variabler kommer att användas som dummyvariabler, som går att använda för att se hur resterande analys påverkas av svaren på dessa frågor.

Reliabiliteten inom affektiva processer testades på två olika sätt. Frågorna kopplade till affektiva processer var "Värdera ditt intryck av den här typen av mat", och "I vilken utsträckning förknippar du dessa känslor till den här typen av mat?: Roligt, Möjlighet till ny upplevelse, Intressant, Konstigt, Äckligt, Riskabelt". Det upptäcktes att korrelationen *mellan* grupperna, de "negativa" och "positiva" affekten, inte var signifikant, men att korrelationen *inom* grupperna var signifikant med 95% säkerhet. Därför testades Cronbachs alfa i en grupp

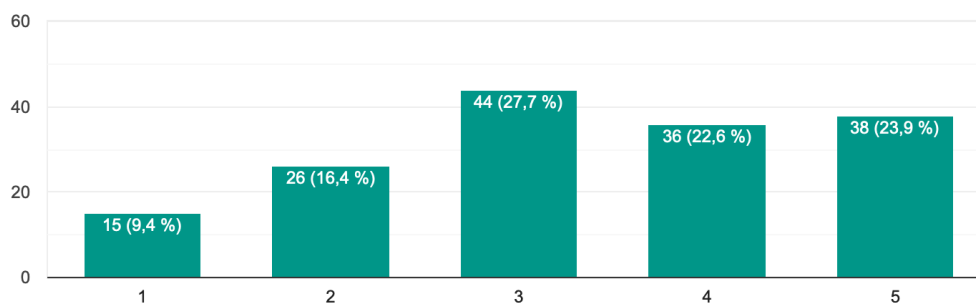
om endast positiva affekt, och jämfördes med samtliga affekt. Skillnaden var stor; *endast* positiva affekt visade ett alfa på 0,859 medan samtliga inräknade visade ett alfa på 0,553. Därför var det mer lönsamt för analysen att endast aggregera de positiva affekten.

Sammanfattningsvis finns det i studien en god intern reliabilitet vilket kan lägga en bra grund för signifikanta resultat. Det går också i linje med Ostroms påstående om att korrelationen inom komponenterna bör stämma för att man ska kunna använda sig av trekomponentsmodellen (1969). I denna studie kommer också den valda nivån av signifikans vara på $p < 0.05$, vilket innebär att det med 95% säkerhet går att säga att det finns en linjär korrelation mellan variablerna som mäts. Med andra ord finns det en 5% risk att korrelationen beror på slumpen. Notera att resultat som är signifikanta inte innebär en sann kausalitet, utan endast en korrelation. Detta är ett problem som skulle kunna överkommas med hjälp av ytterligare kvalitativ forskning såsom intervjuer eller liknande.

4.2.2 Konativa processer

Värdera sannolikheten att du skulle testa detta på restaurang

159 svar

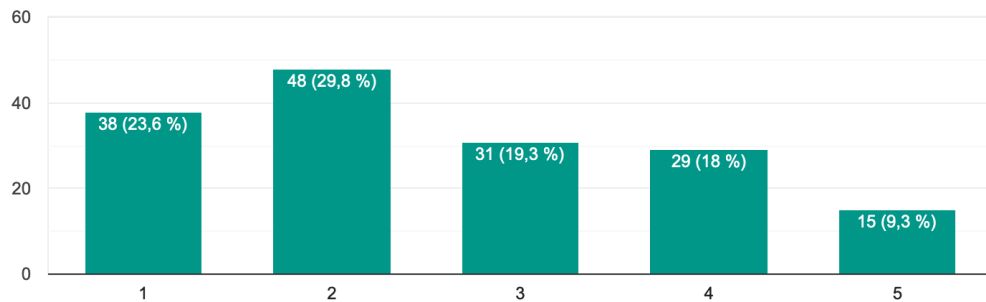


Figur 2. Skala mellan "Inte alls troligt" till "Mycket troligt".

Frågan om hur sannolikt det är att respondenten skulle testa på restaurang är försiktigt positiv med högst antal som valde alternativ 3, vilket kan tolkas som neutral, eller "varken ja eller nej". Det finns ändå ett betydande antal som anger en låg sannolikhet och det skapar en utspridd svarstäckning. Det visar sig också att bland de som anger att de har smakat innan samt hört om innan är också benägenheten högre att testa på restaurang, än de som inte smakat eller hört.

Värdera sannolikheten att du skulle köpa detta på en matmarknad

161 svar

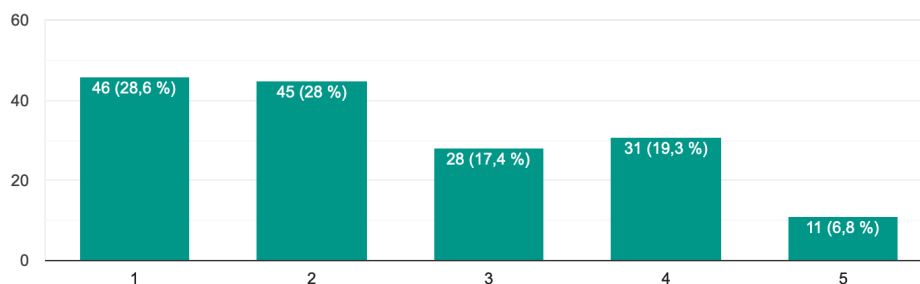


Figur 3. Skala mellan "Inte alls troligt" till "Mycket troligt".

Frågan om respondenten skulle köpa på matmarknad är övervägande nekande, men inte ett starkt nej utan med relativt utspridda svar. Scenariot i frågan är en plats där maten finns tillgänglig för personen, men där det skulle krävas en viss kunskap för att kunna laga till maten på "rätt sätt". Hypotetiskt kan det tänkas vara faktorer som nyfikenhet eller tidigare kunskap som driver de som värderar frågan högre. Bland de som svarar en högre sannolikhet i denna fråga har också mycket riktigt angett en högre värdering av "intressant", och att de smakat och hört talas om innan.

Värdera sannolikheten att du på eget initiativ skulle köpa och tillaga detta om det fanns tillgängligt nära dig

161 svar



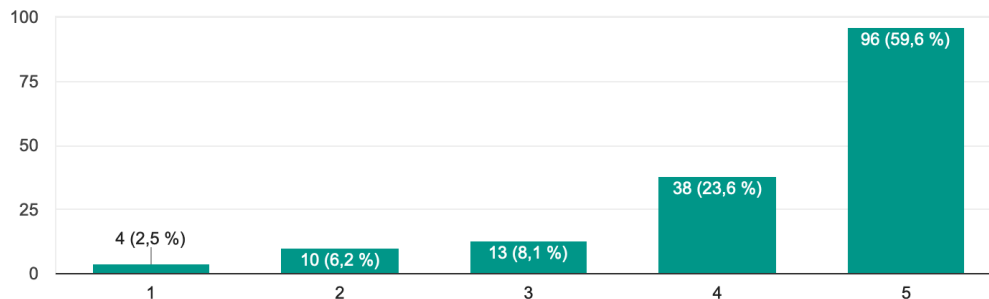
Figur 4. Skala mellan "Inte alls troligt" till "Mycket troligt".

Frågan om respondenten på eget initiativ skulle köpa och tillaga om det fanns tillgängligt nära har ett övervägande nekande, men också ett utspritt spann av svar. Denna fråga skapar ett liknande scenario som frågan om matmarknad, men kräver ännu mer av respondenten för att den ska utföra handlingen. Möjligtvis är detta anledningen till att de två lägsta

sannolikheterna på skalan är de mest svarade. En ren tolkning är att personer behöver en viss grad av kunskap, nyfikenhet och vilja för att detta scenario överhuvudtaget ska ske.

Värdera sannolikheten att du skulle testa detta om du blev bjuden av en vän

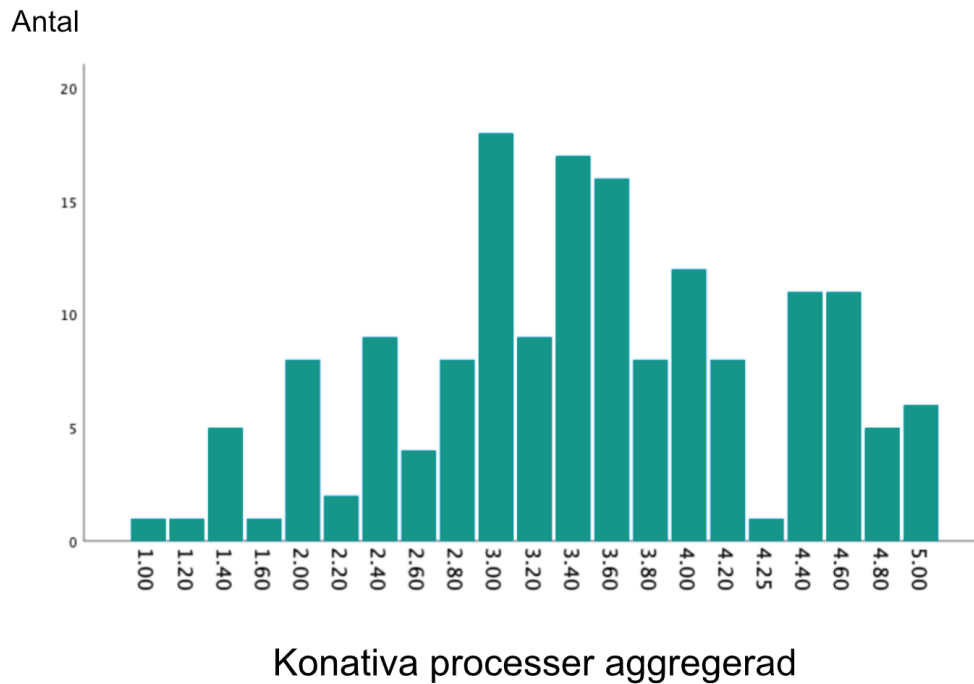
161 svar



Figur 5. Skala mellan "Inte alls troligt" till "Mycket troligt".

Sannolikheten att respondenterna skulle testa maten om bjuden av en vän visade det tydligaste svaret av alla konativa frågor, där cirka 60% angav den allra högsta sannolikheten att de skulle testa. Något som går att diskutera som felkälla är också i hur stor utsträckning människor är villiga att tacka nej till att äta något en vän lagat till en, kanske är det svårare och därför medför det vissa sociala aspekter när respondenten tänker på det scenariot när den svarar.

Man kan dra slutsatsen att de scenarion som respondenterna tillfrågades om är av två olika karaktär. Den första spåret kräver mer av personens egna handlingskraft, det andra spåret handlar i större utsträckning om yttre omständigheter där man stöter på maten av en slump och att man blir serverad maten i fråga. Resultatet av alla konativa frågor går i samma spår; människor är generellt mer benägna att testa om de blir serverade maten på en väns initiativ eller om det finns som alternativ på en restaurang.

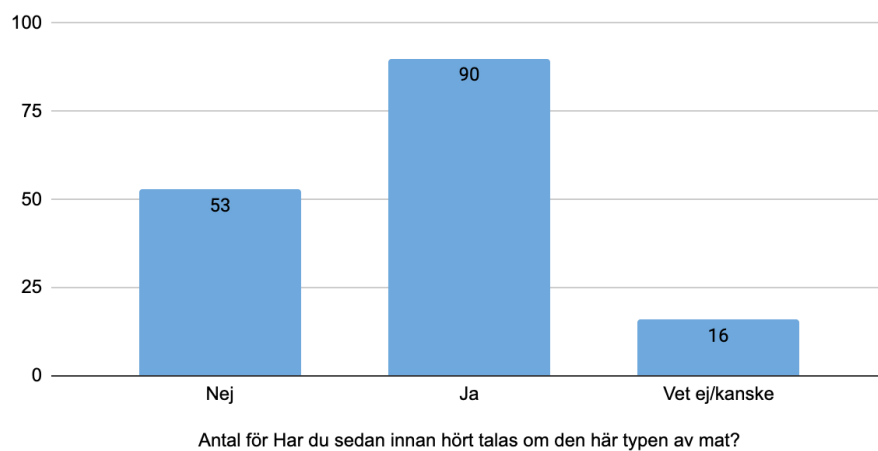


Figur 6.

Detta är respondenternas konativa processer som en aggregerad variabel, med Cronbachs alfa på 0,864. Ett positivt utslag i den konativa processen kan tolkas som en öppenhet, intresse och benägenhet till att testa alternativ havsmat. Diagrammet visar en viss oregelbundenhet men generellt ett större antal i mitten och färre ut mot kanterna. Däremot är antalet som placerar sig på ett medelvärde högre än 3,00 är fler än de respondenter med ett medelvärde som är lägre än 3,00. Det är även fler på den positiva “extremen” 5,00 än den negativa, 1,00. Detta kan tillsammans tyda på en övervägande öppenhet från respondenterna, samtidigt som en betydande andel också har en låg vilja att testa.

4.2.3 Kognitiva processer

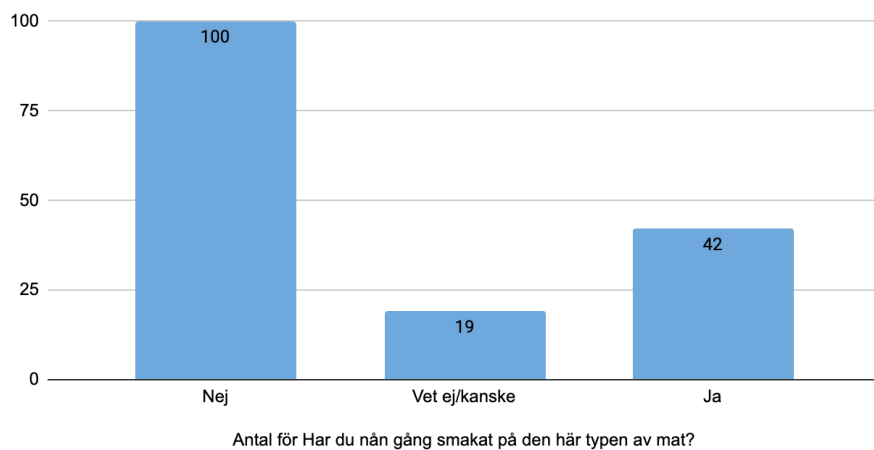
Kognitiv attityd: Har du sedan innan hört talas om den här typen av mat?



Figur 7.

Den procentuella fördelningen är ja - 56%, nej - 33% och vet ej/kanske 10%. En majoritet har hört talas om detta innan, men det är svårt att veta vad personerna hört, varifrån eller hur mycket.

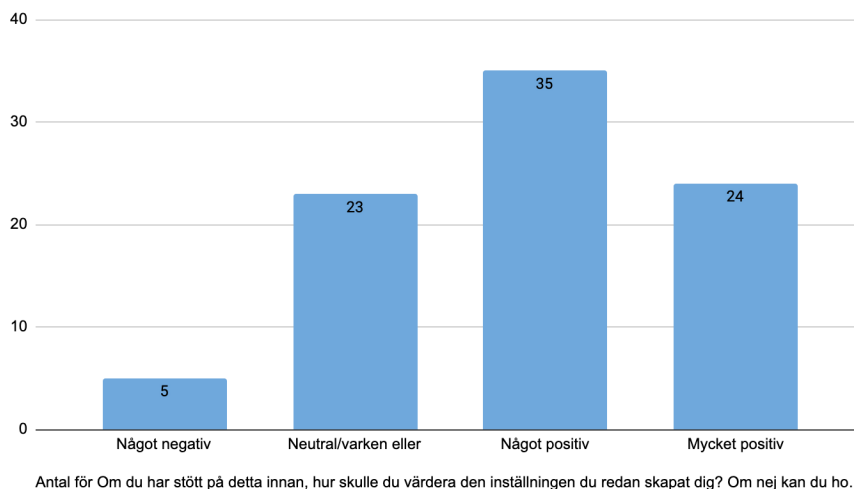
Kognitiv attityd: Har du nån gång smakat på den här typen av mat?



Figur 8.

Den procentuella fördelningen är ja - 26%, nej - 62% och vet ej/kanske cirka 12%. Det finns alltså en majoritet som inte smakat och runt en fjärdedel som har smakat.

Om du har stött på detta innan, hur skulle du värdera den inställningen du redan skapat dig? Om nej kan du hoppa över frågan.

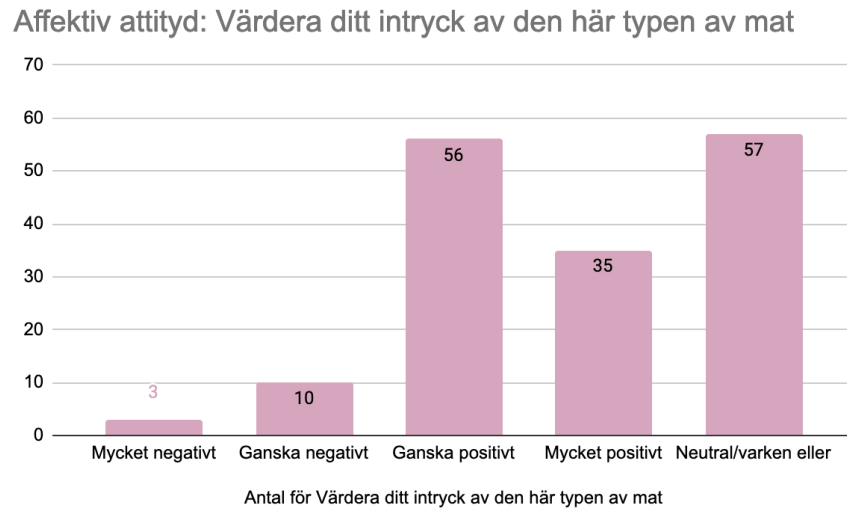


Figur 9.

Antal respondenter som valde att svara var 87 av totalt 161, vilket är 54% av respondenterna. Notera att ingen svarade “mycket negativ” och därför finns inte alternativet med i figuren. Den allra största majoriteten placerar sig på övre delen av skalan vilket indikerar på ett generellt positivt intryck sedan tidigare.

Sammanfattningsvis har många enligt den kognitiva komponenten hört talas om det, men relativt få har smakat innan. De som har någon typ av erfarenhet anger generellt ett positivt intryck, men många anser också den vara neutral.

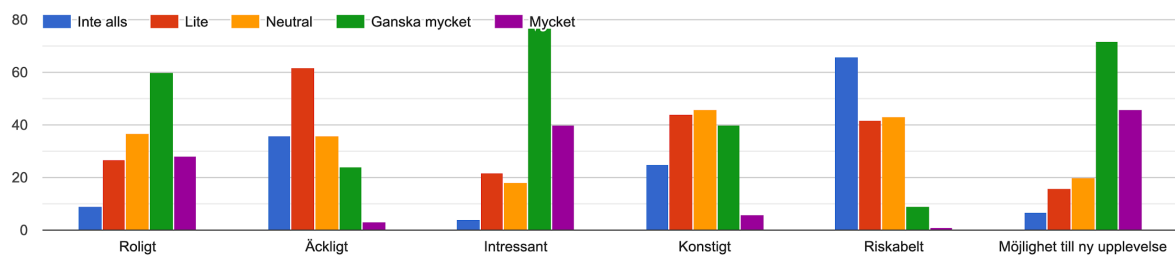
4.2.4 Affektiva processer



Figur 10.

Inom de affektiva processerna visar sig relativt goda men också neutrala intryck med en tonvikt som ligger i mitten och uppåt i skalan. Notera att "Neutral/varken eller" ligger längst till höger i diagrammet. De som svarade mycket positivt stod för 22% och ganska positivt 35%, och 6% ganska negativ och endast 2% ett mycket negativt intryck, och de som ställde sig neutralt var 35%.

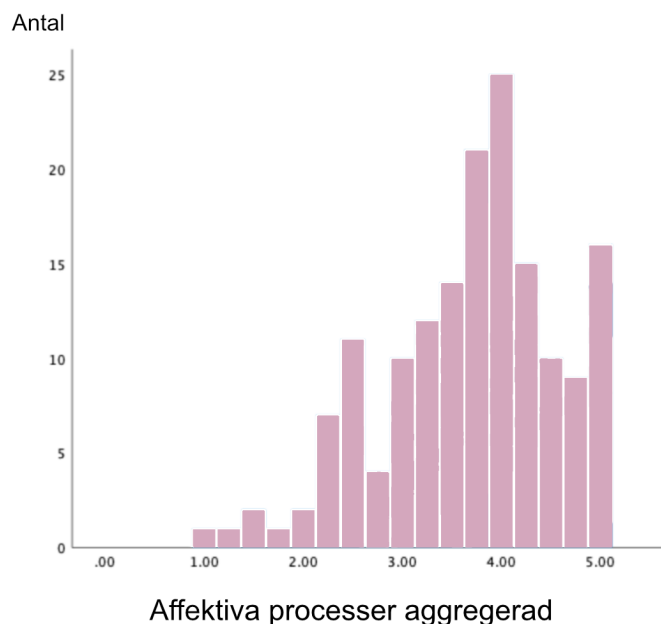
I vilken utsträckning förknippar du dessa känslor till den här typen av mat?



Figur 11.

Generellt svarade respondenterna i tydlig positiv affekt även i dessa frågor, både de positiva och negativa känslorna. "Neutral" visade sig också vara ett relativt starkt alternativ hos respondenterna. De starkaste var "intressant" och "möjlighet till ny upplevelse". En liten grupp på ett tiotal personer visade ganska eller mycket negativ affekt i varje graderad känsla. Den här gruppen hade också sammanhängande resultat, där de flesta svar var negativa hos dessa respondenter. Exempelvis hade de som graderade lågt på "roligt", "intressant" och

“möjlighet till ny upplevelse” ett mycket sämre intryck och en mycket låg sannolikhet att testa maten i alla konativa frågor.



Figur 12.

Detta är den aggregerade variabeln för de affektiva frågorna utan de negativa affekten, med en Crobachs alfa på 0,859. Majoriteten placerar sig på den övre delen av grafen vilket indikerar på positiva känslor kopplade till ämnet.

4.2.5 Mellan attitydkomponenterna

För att testa hur attitydkomponenterna hänger samman testades de aggregerade måtten mot varandra i oberoende t-test. Samtliga attitydkomponenter testades mot varandra.

Respondenterna delades upp i två grupper baserat på deras svar i de konativa frågorna, där en grupp hade poäng mellan 1 och 3,999, som var 86 personer, och den andra gruppen med en poäng mellan 4 och 5, på 75 personer. Detta jämfördes med deras svar i de affektiva frågorna. Det visade sig att gruppen med låga konativa poäng också generellt hade låga affektiva poäng, och samma resultat med grupperna med höga poäng. Detta innebär att respondenterna som hade låg villighet och öppenhet till att testa, också hade mer negativ känslomässig inställning, medan högre villighet att testa hängde ihop med mer positiva känslor.

Genom en envägs-ANOVA testades respondenterna som tidigare har smakat på om de också hade en högre konativ och affektiv poäng. Det fanns ett högre medelvärde i båda attitydgrupperna bland de som smakat mot de som inte hade det, eller inte visste. Däremot var det endast den konativa gruppen visade signifikanta resultat. Detta betyder att de respondenter som visar högre villighet att testa maten, generellt också har testat sedan tidigare. Samma test gjordes mellan de som säger sig ha hört om detta innan, och de som inte hade eller inte visste om de hade. Det fanns mellan dessa grupper en signifikant skillnad mellan medelvärdena, både i affektiva och konativa frågorna. Det innebär att respondenter som hört talas om det innan hade mer positiva känslor och mer villighet att testa. Detta stämde även i gruppen som skattade sina tidigare erfarenheter, där mer positiv erfarenhet korrelerade med både högre affekt och högre villighet att testa. När det kommer till intresse visar det sig också att de med högre angivet intresse är mer benägna att testa, har bättre tidigare inställning och har hört om det innan.

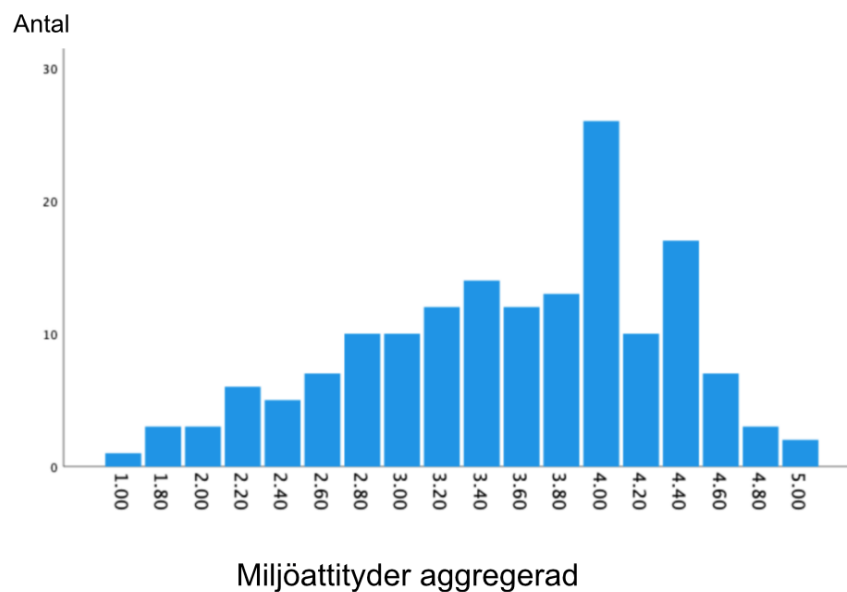
Angående dessa resultat bekräftas det D. Bhandumnavin och V. Bhandumnavin (2014) skriver om att de tre komponenterna ofta kan ha ett samband, där respondentens samtliga svar i de olika komponenterna liknar varandra. De respondenter som angav att de hade hört talas om eller smakat innan antydde också på en bättre affekt, som även ökade med sannolikheten att testa. Det går att säga utifrån dessa resultat att något som är helt nytt för en kan vara svårare att ha en öppenhet emot, och därför kan sannolikheten minska till att man intresserar sig alls. Något man känner till leder enklare till en god affekt och mer öppenhet till att testa.

Ett exempel på ytterligare ett samspel mellan komponenterna är mellan kognitiva och konativa processer, då tidigare erfarenheter kan ha ett samband med sannolika beteenden. Ett oberoende t-test visar en signifikant skillnad i nivån av benägenhet att köpa på eget initiativ mellan gruppen som hört talas om detta innan, och gruppen som inte har, eller inte vet. Samma resultat gäller också, i likhet med tidigare resultat, att gruppen som har smakat på det innan gentemot de som inte har eller inte vet, skiljer sig i benägenhet att köpa på eget initiativ. Även bland de som svarade en god tidigare inställning angav en högre sannolikhet att köpa på eget initiativ. Sammanfattningsvis betyder det att de som tidigare har smakat eller hört talas om det alltså har enklare att ta eget initiativ till att köpa på maten. Detta exempel togs eftersom resultaten i antal som skulle köpa på eget initiativ var utspridda, och

sannolikheten var generellt låg. Det kunde tänkas “kräva mer” av respondenten att köpa på eget initiativ.

4.3 Acceptans och miljöattityder

För att söka djupare förståelse av acceptansen mot alternativ havsmat användes respondenternas angivna miljöattityder. En aggregerad variabel skapades av resultatet av dessa frågor och Cronbachs alfa var 0,771. Som visas i figur 13 befinner sig generellt majoriteten av respondenterna i mitten och färre ut mot kanterna.



Figur 13.

För att testa om graden av miljöattityd har någon effekt på respondenternas attityder gentemot alternativ havsmat användes ett antal oberoende t-test. I denna mätning används ordet miljötendenser eftersom det har en neutral klang där en respondent kan ha mer eller mindre miljötendenser i sin konsumtion och sina val. Gruppen med låga miljötendenser består av medelvärden 1 upp till 2,999 och gruppen med högre miljötendenser har ett medelvärde på 3 upp till 5. Det fanns en signifikant skillnad mellan gruppernas medelvärden när det kom till både affektiva processer och konativa processer. Den aggregerade affektiva variabeln hade en signifikant skillnad i miljötendenser. Det innebär att gruppen med hög miljötendens angav ett positivt intryck, och graderade i högre utsträckning “intressant”, “möjlighet till upplevelse” och “roligt”. Dessa har i realiteten inte någon direkt koppling

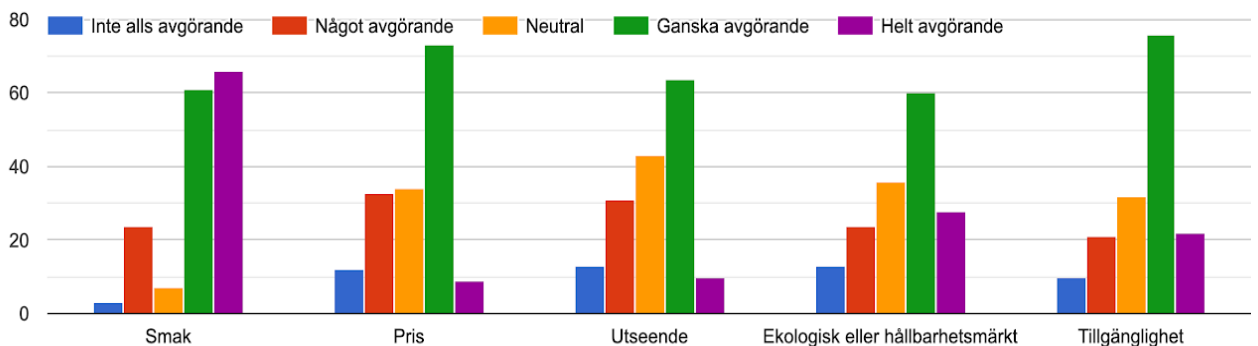
förutom kanske variabeln “intressant”, men om det tycks vara intressant ur miljösynpunkt eller ur andra perspektiv är svårt att säga utifrån den här informationen. Samtliga konativa frågor visade också en signifikant skillnad mellan grupperna med låg och hög miljötendens. Villigheten till att prova var med andra ord högre när miljötendensen var högre.

Kognitiva processer hade ingen signifikant relation till miljöattityder. Det kan anses logiskt eftersom dessa inte nödvändigtvis har med varandra att göra i realiteten, det är mer slumpen som avgör om man hört talas om det innan, eller om det kan vara relaterat till miljöer som man rör sig i. Det kan också vara så att maten inte förknippats med hållbarhet så mycket tidigare.

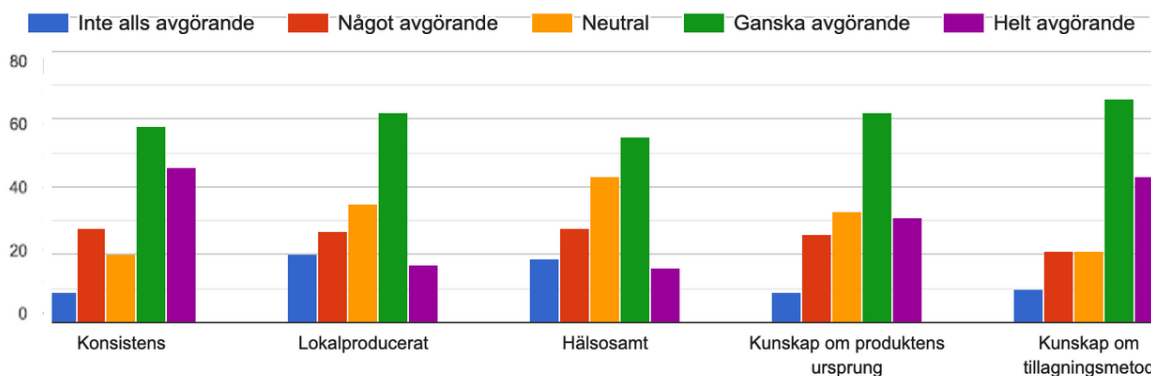
Sammanfattningsvis fanns en viss korrelation mellan miljötendenser och attityderna till Scary Seafood. Det är svårt att säga om det är relaterat på riktigt, eller om det finns andra faktorer som är väsentliga att ta i beaktning.

4.4 Demografi och övriga frågor

Hur avgörande tycker du dessa aspekter är om du skulle äta någon typ av alternativ havsmat?



Figur 14.a



Figur 14.b

Respondenterna anser tillsammans att de allra mest avgörande faktorerna är smak, kunskap om tillagningsmetod och konsistens. I princip alla faktorer är relativt avgörande för att respondenterna ska äta maten, däremot är också den neutrala stapeln regelbunden i de flesta, förutom vid faktorn smak och kunskap om tillagningsmetoder. Generellt kan det tolkas som att alla dessa faktorer behöver uppfyllas för att minska hindret för konsumtion, och att en majoritet antyder att det vore viktigt att dessa hinder inte fanns. Det här tyder i sin tur på att det är nödvändigt med fullgod information om produkterna såsom dess ursprung och exempel på tillagningssätt och hur de smakar eller hur dess konsistens är.

När det kommer till den demografiska informationen kunde inte många signifikanta resultat påvisas. Det enda som visade sig var att vegetarianer/veganer hade högre miljötendenser och högre affektiva poäng. Däremot var de endast 32 styckna och det är därför svårt att säga att det är så på riktigt. Sammanfattningsvis hade inte den utvalda demografiska informationen något förklaringsvärde i denna undersökning, men det kan också bero på att det hade krävts fler respondenter för att kunna se klarare samband.

4.5 Kvalitativt inslag

Svaren på den öppna frågan i slutet av enkäten följer ett par gemensamma teman. Totalt svarade 29 personer på frågan. Vissa av svaren tolkas som positiva och intresserade av olika anledningar, men det finns även en tydlig skepsis, främst med tanke på hållbarhetsaspekten.

Respondenterna med en mer positiv inställning tog främst upp ämnet hållbarhet och det finns även ett visat intresse gentemot algbaserade produkter. På temat hållbarhet skriver vissa

respondenter liknande saker; “Jag är positivt inställd till att mat från havet används då det är bra för miljön och ett hållbart alternativ”, en annan “Det är viktigt att vi lär oss att ta vara på det som finns att äta i havet nära oss”. Eftersom respondenten nämner ord som “viktig” och “ta vara på (...) nära oss” kan det tolkas som att det syftar på hållbarhetsaspekten. Andra generellt positiva svar var “Tycker att Sverige eller Norden, borde kunna odla mer ärbart från havet, vatten som är relativt friska. Vi borde ha en matkultur mer likt den i Japan med de förutsättningar vi har”, och “Mycket spännande och jag tycker vi ska uppmuntra och lära oss mer om havets delikatesser”. Dock hade dessa inte en tydlig koppling till hållbarhet utan anspelar mer på matkultur, både explicit men också genom ord som “delikatesser”.

De som är kopplade till barndom är svårt att tolka om de är positiva eller ej. “Fiskade småkakor som barn. Pappa kokade och åt. Minns ej om jag smakade. Har ätit olika typer av sjöborre och snäckor utomlands.”. Ordet “småkakor” kan tolkas vara ett annat ord som av misstag blivit autokorrigerat, eller kan också vara lokal slang för någonting. En annan kommentar kopplat till barndom lyder “Lokala traditioner spelar in. Jag serverade min far (fd fiskare) Vätkustsallad efter en stund konstaterade han, med en blåmussla på gaffeln: ”Men here gud, här ä ju agn vä!””. Som personen nämner kan lokala traditioner vara en viktig faktor i hur individer kommer att ställa sig gentemot denna typ av mat, det bekräftar också den delen av trekomponentsmodellen som handlar om att den kognitiva processen bidrar till att skapa en attityd.

När det kommer till svaren med mer skepsis skriver en respondent “Jag tror att det finns en stor risk att konsumtion av dessa havsvareler skulle bidra till bred och snabb utrotning av arterna om allmänheten skulle börja äta dem. Då efterfrågan skulle höjas, det skulle betraktas som delikatess och vips så är masskonsumtionen och fisket igång. Tycker att det räcker med det som redan fiskas, resten av havets ekosystem kan vi låta vara.”. En annan påpekar “fortsatt forskning”, vilket också kan tolkas bero på faktorer som hållbarhetsaspekten eller försiktighetsåtgärder gentemot arterna. En tredje respondent menar på samma tema att “jag skulle vilja ha mycket info om hållbarhetsaspekterna innan jag provade”, och en tydlig motståndare som skrev “Töm inte havet på liv!”. Annan typ av skepsis baseras på att personen uppger att den inte äter havsmat eller är vegan, eller också att det finns en avsmak till maten. “Svårt att svara på inställning då jag haft tidigare negativa erfarenheter kopplat till

att äta sjöborre. (...) Om det inte framgår tydligt i en rätt gällande utseende och konsistens så tror jag absolut att jag kan äta det, men annars kommer nog äckelkänslan att vara ett hinder.”. Även denna kommentar tangerar trekomponentsmodellen där en erfarenhet verkar ha färgat attityden. Däremot kan det tolkas som att erfarenheten gett mer kunskap om hur personens eventuella framtida upplevelse helst skulle vara, utifrån vad personen varit med om innan. En annan kommentar som kan tolkas anspela på äckelaspekten eller eventuellt att det inte är traditionell matkultur är “Good concept if people are willing to move out of their comfort zones” (svensk översättning: “Bra koncept om folk är villiga att komma ur sin trygghetszon”).

5. Slutsatser

Den här studien har kretsat kring uppbyggnaden av attityder till alternativ havsmat, som också refereras till som Scary Seafood i uppsatsen. Med hjälp av en enkät samlades svar in från 161 personer från sydsvenska kustområden. Studiens svaghet är därmed att stickprovet inte kan anses vara representativt, men det går att resonera kring hur det hade kunnat se ut i verkligheten utifrån de resultat som hittats. Det grundläggande syftet var att förstå om det finns en acceptans bland dessa kustboende och att identifiera hur denna kan förstås.

Undersökningen visar i grund och botten att acceptansen till alternativ havsmat är tvådelad. Det finns en tydlig del av respondenterna som har en nyfikenhet och öppenhet till att prova och en optimism som bygger på möjligheterna ur hållbarhetsaspekten. Den andra delen signalerar en skepticism som dels baseras på upplevda hållbarhetsrisker, avsmak, dåliga erfarenheter, minskat antal alternativ på grund av veganism eller vegetarianism, låg öppenhet

till att prova och ointresse. Det antyds också att en angiven erfarenhet i någon form också skapar en bättre bas till goda känslobaserade intryck och att det också ökar sannolikheten till att vilja testa. Detta avslöjar ett centralt hinder till en ökad konsumtion, nämligen avsaknad av individers erfarenhet och kunskap. Något annat som visar sig öka sannolikheten till att personer ska testa är att maten blir serverad på en annans initiativ, exempelvis när en vän bjuder på det eller att det finns på restaurang. Utifrån den här kunskapen visas att möjligheten till en ökad konsumtion är att öka människors erfarenhet genom exempelvis gratisprover på matmarknader, färdiga recept eller fler rätter på lokala restauranger för att öka kunskapen och nyfikenheten, för att sedan få fler att på eget initiativ köpa detta. Samtidigt behövs fullgod information som också kan minska hindret till konsumtion, om exempelvis tillagningsmetoder, ursprung och produktens smak och konsistens.

Ett försök gjordes till att förstå om miljöattityder och demografiska aspekter kunde förklara inställningen till alternativ havsmat gjordes. Demografisk information bidrog inte med någon tydlig förklaringsmodell, men ett centralt resultat i studien är att miljömedvetenhet verkar kunna fungera som en katalysator till acceptans. Däremot går det inte att säga utifrån detta att det finns en sann kausalitet mellan de två, men om det i verkligheten skulle finnas ett samband så går det faktiskt hand i hand med Scary Seafood som koncept, eftersom det kan platsa bra hos personer som också är konsumenter av lokal ekoturism. Gruppen personer med mer miljömedvetenhet kan också identifieras som en möjlighet, kanske bidrar det till att en framtida konsumtion görs på ett hållbart sätt om det baseras på välinformerade val och att arterna inte utsätts för en "gold rush".

På samma ämne menar den skeptiska skaran på att det finns faror med att äta de här arterna när det finns en risk att arterna blir utfiskade och otillräcklig forskning. Dessa personer kanske är undantaget som bekräftar regeln, eftersom de verkar ha hög miljömedvetenhet men har låg acceptans mot den alternativa havsmaten. En risk som redan nämnts är att mätinstrumentet som användes för att mäta miljöattityd i realiteten kan mäta fel saker och att det därmed inte fångat det essentiella syftet.

I jämförelse med de insektsstudier som tidigare nämnts verkar generellt acceptansen vara högre i denna studie. Vissa av resultaten har dock likheter där exempelvis resultat av Fischer

et al. (2015) visar att erfarenhet är en viktig komponent till acceptans. Även Gmuer, Guth, Hartmann & Siegrist (2016) som i sin studie visar på ett hinder till acceptans som är emotionella aspekter, något de menar borde vara centralt i marknadsföring av insekter. Samma parallell går att dra till denna studie där den affektiva komponenten utgjorde en viktig del av acceptansen, och möjligen skulle eventuell marknadsföring kunna ta detta i anspråk eftersom den visat sig öka acceptansen mot alternativ havsmat, även erfarenhetskomponenten. Insekter som mat har dock en starkare koppling till avsmak utifrån de studier som nämnts, något som också var framträdande i denna studie men inte i lika stor utsträckning.

Genom att zooma ut och koppla tillbaka till de stora globala miljöproblemen relaterat till livsmedel kan man säga att Scary Seafood på egen hand inte kan göra någon väsentlig skillnad. Men, Scary Seafood representerar ett fält av nytänkande mat som i framtiden kan integreras mer och mer in i människors vardag. I och med att det dyker upp nya varianter till proteinkällor kan fler och fler bli nyfikna på de möjligheter som finns, och fokuset kan utmanas och förflyttas från exempelvis kött, till nya och innovativa alternativ.

5.1 Återstående problem

För att skapa sig en djupare förståelse av resultatet skulle en naturlig väg framåt vara att göra undersökningar på kvalitativ väg. Det hade kunnat ge matnyttig information kring åsikter om specifika arter istället för konceptet i helhet. En förståelse av detta kan också ge nya perspektiv om vilken efterfrågan som finns, något som hade kunnat användas av aktörer som lokala odlare och krögare. För att undersöka miljöattityder djupare skulle det i framtiden kunna göras på andra sätt för att få en bredare bild av respondenternas åsikter och ageranden. Kanske finns det starkare samband till andra faktorer, såsom oro gentemot miljön eller åsikter om köttkonsumtion. Sambandet till miljöattityder kan i framtiden förstås djupare genom kvalitativa metoder.

6. Referenslitteratur

American Psychological Association. (2020). *Tripartite model of attitudes*. Hämtad 28 maj från <https://dictionary.apa.org/tripartite-model-of-attitudes>

Appelqvist, C. & Lindegarth, S. (2019). *Scary Seafood – den nya maten från havet*. Hämtad från Tillväxt Bohuslän: https://www.tillvaxtbohuslan.se/wp-content/uploads/2019/05/Scary_seafood_webb-1.pdf

Berthoud, R. (2000). A measure of changing health. I R., Berthoud & R.J, Gershuny. (Red.), *Seven Years in the Lives of British Families: Evidence on the Dynamic of Social Change from the British Household Panel Survey*. Bristol: Policy Press.

Bhanthumnavin, D., & Bhanthumnavin, V. (2014). The Empirical Development of Cognitive, Affective, and Behavioral Tendency Measures of Attitudes toward Nuclear Power Plants in Thai University Students. *Progress in Nuclear Energy (New Series)* 73(2014), 86-95.
doi:<https://doi.org/10.1016/j.pnucene.2013.12.013>

Black, K. & Cortinhas, C. (2012). *Statistics for business and economics (1st european ed.)*. John Wiley and Sons.

Breckler, S. J. (1984). Empirical validation of affect, behavior, and cognition as distinct components of attitude. *Journal of Personality and Social Psychology*, 47(6), 1191–1205. doi:<https://doi.org/10.1037/0022-3514.47.6.1191>

Bryman, A. (2018). *Samhällsvetenskapliga metoder*. Stockholm: Liber.

Carleton, C., Hambrey, J., Govan, H., Medley, P., & Kinch, J. (2013). Effective management of sea cucumber fisheries and the beche-de-mer trade in Melanesia. *SPC Fisheries Newsletter*, 140(24-42).

Cunningham, W. P. & Cunningham, M. A. (2012). *Environmental Science, A global concern (12th ed.)*. New York: McGraw Hill.

Europeiska Kommissionen. (u.å. A). *Developments and Forecasts of Growing Consumerism*. Hämtad från Europeiska Kommissionen: https://knowledge4policy.ec.europa.eu/foresight/topic/growing-consumerism/more-developments-relevant-growing-consumerism_en

Europeiska Kommissionen. (u.å. B). *Novel food*. Hämtad från Europeiska Kommissionen: https://ec.europa.eu/food/safety/novel_food_en

Fishbein, M. (1966). The relationship between beliefs, attitudes and behavior. I S. Feldman (Red.) *Cognitive consistency: Motivational antecedents and behavioral consequents* (s. 199-223). New York: Academic Press.

Fischer, A.R.H., van Trijp, H.C.M., Tan, H.S.G., Steenbekkers, L.P.A., Stieger, M. & Tinchán, P. (2015) Insects as food: Exploring cultural exposure and individual experience as determinants of acceptance. *Food Quality and Preference* 42(2015), 78–89. doi:<https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2015.01.013>

Förenta Nationerna. (2019). *World Population Prospects 2019: Highlights*. Hämtad från Förenta Nationerna:

<https://www.un.org/development/desa/publications/world-population-prospects-2019-highlights.html>

Gmuer, A., Guth, J. N., Hartmann, C., & Siegrist, M. (2016). Effects of the degree of processing of insect ingredients in snacks on expected emotional experiences and willingness to eat. *Food quality and Preference*, *54*. 117-127.

doi:<https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2016.07.003>

Harding, J., Kutner, B., Proshansky, H., & Chein, I. (1954). Prejudice and ethnic relations. In G. Lindzey (Red.), *Handbook of social psychology* (s. 1021-1061). Reading, Massachusetts: Addison-Wesley.

Hartmann, C., & Siegrist, M. (2017). Consumer perception and behaviour regarding sustainable protein consumption: A systematic review. *Trends in Food Science & Technology*, *61*. 11-25. doi:<https://doi.org/10.1016/j.tifs.2016.12.006>

Hartmann, C., & Siegrist, M. (2018). Development and validation of the Food Disgust Scale. *Food Quality and Preference*, *63*. 38-50. doi:<https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2017.07.013>

IPCC. (2019). *Climate Change and Land — IPCC*. Hämtad från IPCC: www.ipcc.ch/report/srccl

Kokaihop. (2015, 8 oktober). Tång - vilken skatt [Blogg]. Hämtad 2021-04-20 från <https://www.kokaihop.se/blogPost/show/kokaihop-1/tang-vilken-skatt>

Kostecka, J., Konieczna, K., & Cunha, L. M. (2017). Evaluation of insect-based food acceptance by representatives of polish consumers in the context of natural resources processing retardation. *Journal of Ecological Engineering*, *18*(2). 166-174.

doi:[10.12911/22998993/68301](https://doi.org/10.12911/22998993/68301)

Lartey, A., Crona, B., Murray, C., Fox, E., Branca, F., ... Willett, W. (2019). Food in the Anthropocene: the EAT-Lancet Commission on healthy diets from sustainable food systems. *The Lancet Commissions*, 393(10170), 447–492.

doi:[https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(18\)31788-4](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(18)31788-4)

Länsstyrelsen i Västra Götalands län. (2018). *Om kvinnor och män i Västra Götalands län – en statistikbok. 2018:38*. Hämtad från Länsstyrelsen:

<https://www.lansstyrelsen.se/download/18.26f506e0167c605d56923f94/1549454792039/2018-38.pdf>

Marten, G. G. (2001). *Human ecology: Basic concepts for sustainable development*. London & New York: Earthscan.

Mora, C., Menozzi, D., Simoni, E., Sogari, G. & Veneziani, M. (2017). Eating novel foods: An application of the Theory of Planned Behaviour to predict the consumption of an insect-based product. *Food quality and preference*, 59(2017), 27-34.

doi:<https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2017.02.001>

Nilsson, A. (2020). *Klimat och psykologi: Varför vi inte agerar hållbart och vad vi kan göra åt det*. Lund: Studentlitteratur.

Nilsson, A. & Martinsson, J. (2012). *Attityder till miljöfrågor – Utveckling, betydelse och förklaringar*. Lund: Studentlitteratur.

Orsi, L., Voegelé, L. L., & Stranieri, S. (2019). Eating edible insects as sustainable food? Exploring the determinants of consumer acceptance in Germany. *Food Research International*, 125(2019). doi:<https://doi.org/10.1016/j.foodres.2019.108573>

Ostrom, T. M. (1969). The Relationship between the Affective, Behavioral, and Cognitive Components of Attitude. *Journal of Experimental Social Psychology* 5(1), 12-30.

doi:[https://doi.org/10.1016/0022-1031\(69\)90003-1](https://doi.org/10.1016/0022-1031(69)90003-1)

Plaza, M., Cifuentes, A., & Ibáñez, E. (2008). In the search of new functional food ingredients from algae. *Trends in Food Science & Technology*, 19(1), 31-39.

doi:<https://doi.org/10.1016/j.tifs.2007.07.012>

Sellke, P., Dreyer, M. & Linke, S. (2016). Fisheries: A Case Study of Baltic Sea Environmental Governance In M. Gilek, M. Karlsson, S. Linke & K. Smolarz (Red.) *Environmental Governance of the Baltic Sea*. (s. 45-71). Springer.

doi:<https://doi-org.ezproxy.ub.gu.se/10.1007/978-3-319-27006-7>

Sousa, I., Gouveia, L., Batista, A. P., Raymundo, A., & Bandarra, N. M. (2008). Microalgae in novel food products. *Food chemistry research developments*, 75-112.

Statistiska Centralbyrån. (2018). *Statistiska tätorter 2018; befolkning, landareal*. Hämtad från Statistiska Centralbyrån: <https://scb.se/MI0810>

Statistiska Centralbyrån. (2019). *Högst utbildningsnivå bland kvinnor och i våra universitetsstäder*. Hämtad från Statistiska Centralbyrån:

<https://www.scb.se/hitta-statistik/statistik-efter-amne/utbildning-och-forskning/befolkningens-utbildning/befolkningens-utbildning/pong/statistiknyhet/befolkningens-utbildning-2019/>

Statistiska Centralbyrån. (2020A). *Utbildningsnivå efter kommun och kön 2020*. Hämtad från Statistiska Centralbyrån:

<https://www.scb.se/hitta-statistik/statistik-efter-amne/utbildning-och-forskning/befolkningens-utbildning/befolkningens-utbildning/>

Statistiska Centralbyrån. (2020B). *Folkmängd i riket, län och kommuner 31 december 2020 och befolkningsförändringar 1 oktober–31 december 2020*. Hämtad från Statistiska Centralbyrån:

<https://www.scb.se/hitta-statistik/statistik-efter-amne/befolkning/befolkningens-sammansattning/befolkningsstatistik/pong/tabell-och-diagram/kvartals--och-halvarsstatistik--kommun-lan-och-riket/kvartal-4-2020/>

Statistiska Centralbyrån. (2021A). *Sveriges befolkning*. Hämtad från Statistiska Centralbyrån: <https://www.scb.se/hitta-statistik/sverige-i-siffror/manniskorna-i-sverige/sveriges-befolkning/>

Statistiska Centralbyrån. (2021B). *Sveriges befolkningspyramid*. Hämtad från Statistiska Centralbyrån: <https://www.scb.se/hitta-statistik/sverige-i-siffror/manniskorna-i-sverige/sveriges-befolkningspyramid/>

Stephanie Binder. (2018, 22 november). Köpa sjöstjärna. [Blogg]. Hämtad 2021-04-20 från <https://sv.point.pet/kopa-sjostjarna/>

Thøgersen, J., & Noblet, C. (2012). Does green consumerism increase the acceptance of wind power?. *Energy Policy*, 51(2012), 854-862. doi:<https://doi.org/10.1016/j.enpol.2012.09.044>

Torri, L., Tuccillo, F., Bonelli, S., Piraino, S., & Leone, A. (2020). The attitudes of Italian consumers towards jellyfish as novel food. *Food Quality and Preference*, 79(2020), 1-10. doi:<https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2019.103782>

Tångbloggen. (2017, 4 september). Månadens alg – Karragenalg, Chondrus crispus – vanlig i vår mat [Blogg]. Hämtad 2021-04-20 från <https://tangbloggen.com/2017/09/04/manadens-alg-karragenalg-chondrus-crispus-vanlig-i-var-mat/>

Verbeke, W. (2015). Profiling consumers who are ready to adopt insects as a meat substitute in a Western society. *Food Quality and Preference*, 39(2015), 147-155. doi:<https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2014.07.008>

White, K., & Simpson, B. (2013). When Do (and Don't) Normative Appeals Influence Sustainable Consumer Behaviors? *Journal of Marketing* 77(2), 78–95. doi:<https://doi.org/10.1509/jm.11.0278>

7. Bilagor

6.1 Enkät

Undersökning om attityder till alternativa typer av mat från havet

Hej och tack för att du vill delta i den här studien, dina svar hjälper mig väldigt mycket! Enkäten tar ungefär 7 min. Den handlar om alternativa typer av mat från havet som Marina Klustret i Västsverige tagit fram tillsammans med Göteborgs Universitet i en rapport som heter Scary Seafood– den nya maten från havet.

Den här enkäten är en del av en kandidatuppsats i Humanekologi på Globala institutionen vid Göteborgs Universitet. Dina uppgifter kommer att behandlas anonymt, konfidentiellt och kommer endast användas till studiens syfte.

Vad är Scary Seafood?

Scary Seafood är ett koncept som handlar om att tänka nytt när det gäller vår matkonsumtion från havet. Det finns många olika arter på Bohuskusten som inte är kända för att vara ätbara, men som skulle kunna odlas eller fiskas och konsumeras lokalt, småskaligt och på ett hållbart sätt.



Scary Seafood
– den nya maten från havet

Ta en titt på dessa olika arter! Bilderna är tagna från Maritima klustret i Västsveriges rapport "Scary Seafood – den nya maten från havet" (2019). Observera att det även finns veganska typer av havsmat.



Bilden är tagen från Maritima Klustret i Västsveriges rapport "Scary Seafood- den nya maten från havet", men ett par av bilderna är tagna från internet; "Karragenalg" (Tångbloggen, 2017, 4 september), "Rörhinna" (Kokaihop, 2015, 8 oktober), "Sjöstjärna" (Stephanie Binder, 2018, 22 november).

Den här enkäten kommer att handla om dina attityder och tankar om konsumtion av dessa olika sorters havsdjur och växter. Tänk på konceptet generellt när du svarar på frågorna.

Skulle du beskriva dig själv som vegetarian/vegan?

- Ja
 Nej

Värdera sannolikheten att du skulle testa detta på restaurang

- 1 2 3 4 5
Inte alls troligt Mycket troligt

Värdera sannolikheten att du skulle köpa detta på en matmarknad

- 1 2 3 4 5
Inte alls troligt Mycket troligt

Värdera sannolikheten att du på eget initiativ skulle köpa och tillaga detta om det fanns tillgängligt nära dig

- 1 2 3 4 5
Inte alls troligt Mycket troligt

Värdera sannolikheten att du skulle testa detta om du blev bjuden av en vän

- 1 2 3 4 5
Inte alls troligt Mycket troligt

Jag smakar gärna mat som jag aldrig smakat på innan

- Ja, instämmer
 Instämmer delvis
 Varken eller
 Instämmer lite
 Nej, instämmer inte

Har du sedan innan hört talas om den här typen av mat?

- Ja
 Nej
 Vet ej/kanske

Har du nån gång smakat på den här typen av mat?

- Ja
 Nej
 Vet ej/kanske

Om du har stött på detta innan, hur skulle du värdera den inställningen du redan skapat dig? Om nej kan du hoppa över frågan.

- Mycket positiv
 Något positiv
 Neutral/varken eller
 Något negativ
 Mycket negativ

Värdera ditt intryck av den här typen av mat *

- Mycket positivt
 Ganska positivt
 Neutral/varken eller
 Ganska negativt
 Mycket negativt

I vilken utsträckning förknippar du dessa känslor till den här typen av mat? *

	Inte alls	Lite	Neutral	Ganska mycket	Mycket
Roligt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Äckligt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Intressant	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Konstigt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Riskabelt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Möjlighet till ny upplevelse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Hur avgörande tycker du dessa aspekter är om du skulle äta någon typ av alternativ havsmat? *

	Inte alls avgörande	Något avgörande	Neutral	Ganska avgörande	Helt avgörande
Smak	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pris	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utseende	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ekologisk eller hållbarhetsmärkt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tillgänglighet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Konsistens	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lokalproducerat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hälsosamt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kunskap om produktens ursprung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kunskap om tillagningsmetod	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

I hur stor utsträckning reflekterar du över miljöfrågan när det kommer till dina politiska val?

	1	2	3	4	5	
Inte alls	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Helt och hållet

I hur stor utsträckning reflekterar du över miljöfrågan när det kommer till dina personliga val?

	1	2	3	4	5	
Inte alls	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Helt och hållet

Demografiska frågor

Vilket kön identifierar du dig som? *

- Kvinna
- Man
- Icke-binär
- Annat
- Vill inte svara

Hur gammal är du? *

- 0-19
- 20-29
- 30-39
- 40-49
- 50-59
- 60-69
- 70-79
- 80-89
- 90+

Vad är din huvudsakliga sysselsättning? *

- Student
- Arbetar
- Arbetslös
- Föräldraledig/tjänstledig
- Pensionär
- Annat

Vad är din nuvarande eller senast avslutade utbildning? *

- Grundskola
- Gymnasium
- Kandidatnivå
- Masternivå eller magisternivå
- Doktornivå
- Yrkeshögskola, folkhögskola, övrig typ av utbildning eller kursverksamhet

Har du eller har du tidigare haft någon typ av yrkesmässig koppling till havet?

- Ja
 Nej

Finns det några övriga kommentarer du vill lägga till angående din syn på alternativ havsmat?

Ditt svar _____

Tack så mycket för dina svar! De kommer vara till stor hjälp för undersökningen.

Om du vill läsa rapporten kring alternativ havsmat finns den på https://www.tillvaxtbohuslan.se/wp-content/uploads/2019/05/Scary_seafood_webb-1.pdf

Har du några vidare frågor får du gärna skicka ett email till gusberjuf@student.gu.se.