

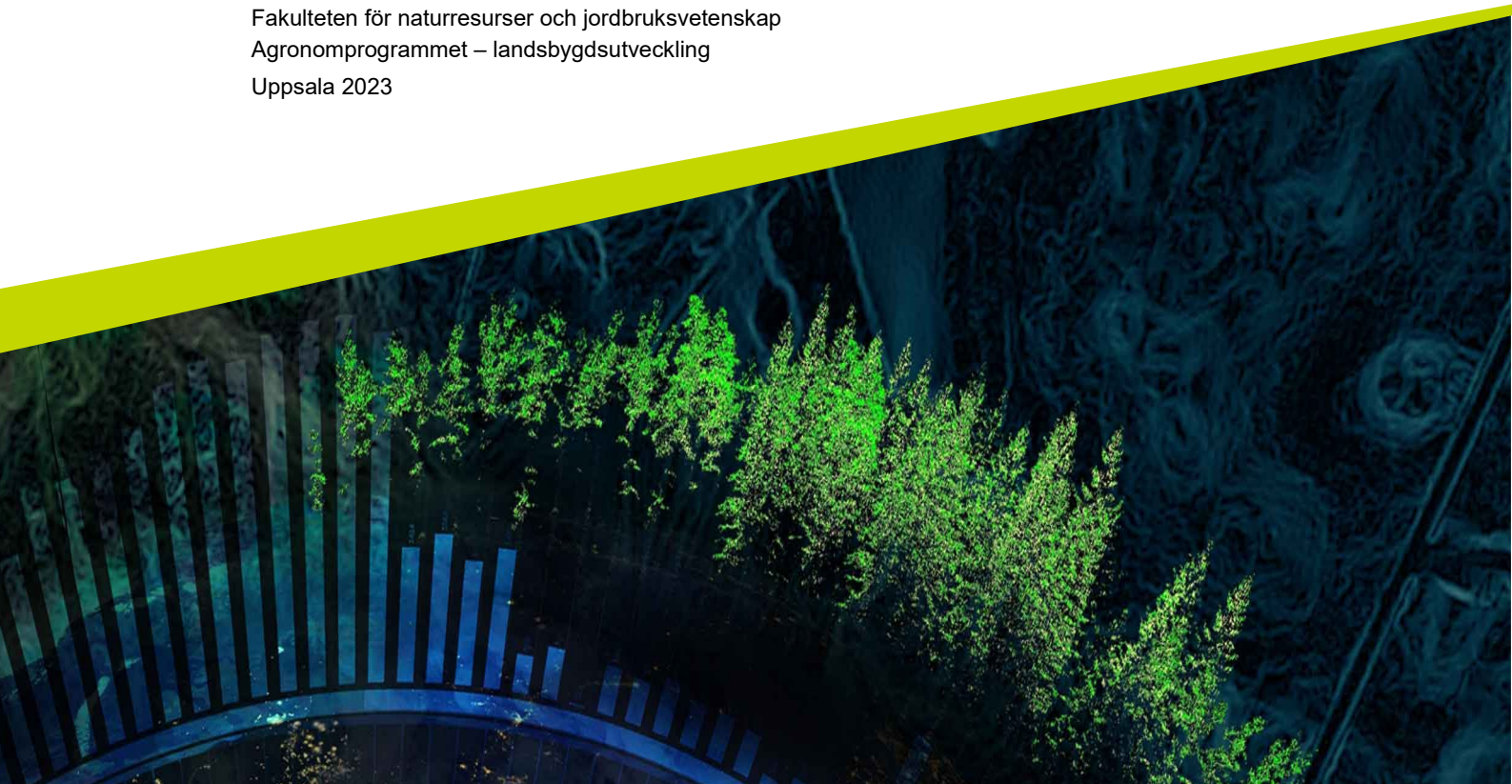


Insekter som livsmedel

Attityder och möjligheter

Mathilda Kullberg

Självständigt arbete • 15 hp
Sveriges lantbruksuniversitet, SLU
Fakulteten för naturresurser och jordbruksvetenskap
Agronomprogrammet – landsbygdsutveckling
Uppsala 2023



Insekter som livsmedel. Attityder och möjligheter

Insects as food. Attitudes and opportunities

Mathilda Kullberg

Handledare: Amanda Bengtsson, Sveriges lantbruksuniversitet, Institutionen för stad och land

Examinator: Malin Beckman, Sveriges lantbruksuniversitet, Institutionen för stad och land

Omfattning: 15 hp

Nivå och fördjupning: Grundnivå, G2E

Kurstitel: Självständigt arbete i landsbygdsutveckling

Kurskod: EX0888

Program/utbildning: Agronomprogrammet – landsbygdsutveckling

Kursansvarig inst.: Institutionen för stad och land

Utgivningsort: Uppsala

Utgivningsår: 2023

Elektronisk publicering: <https://stud.epsilon.slu.se>

Nyckelord: Insekter, livsmedel, livsmedelsneofobi, livsmedelskänedom, produktkänedom, världsbild, antropocentrism, biocentrism

Sveriges lantbruksuniversitet

Fakulteten för naturresurser och jordbruksvetenskap

Institutionen för stad och land

Avdelningen för landsbygdsutveckling

Sammanfattning

Insekter som livsmedel är ett fenomen som sedan länge varit vanligt i flera länder utanför EU. Nu står vi inför en tid där denna form av livsmedel också introduceras i Europa och specifikt Sverige. Denna uppsats behandlar attityder kring insekter som livsmedel och hur dessa påverkar framtidsutsikten för en etablering av detta livsmedel på den svenska matmarknaden. Uppsatsen är utförd med hjälp av en kvalitativ metod där intervjuer har utförts i syfte att undersöka vilka typer av attityder som kan finnas hos människor i Sverige. Materialet från intervjuerna analyseras med hjälp av ett flertal begrepp. Dessa begrepp är exempelvis livsmedelsneofobi, världsbild och livsmedelskännedom. Resultaten visar bland annat att flera faktorer såsom världsbild, livsmedelskännedom, och tillit till matbutiker kan spela roll för en människas attityd gentemot insekter som livsmedel. Sammanfattningsvis visar resultaten på att medvetenhet om sådana attityder är av stor vikt vid lansering av nya livsmedel, som insekter, då marknadsföring, placering i matbutik och hur stor livsmedelskännedom potentiella kunder har gentemot insekter som livsmedel, kan avgöra huruvida en marknad kan etableras eller ej.

Nyckelord: insekter, livsmedel, livsmedelsneofobi, livsmedelskännedom, produktkännedom, världsbild, antropocentrism, biocentrism

Abstract

Insects as food is a phenomenon that has long been common in several countries outside the EU. We are now facing a time where this type of food is also being introduced in Europe including, Sweden. This essay deals with attitudes towards insects as food and how these affect the prospects for establishing this type of food on the Swedish food market. The essay is carried out using a qualitative method where interviews have been realized with the aim of investigating what types of attitudes can be found among people living in Sweden. These results are then presented in combination with the application of several concepts. These concepts are, for example, food neophobia, worldview and food familiarity. The results show, among other things that several factors such as world view, food knowledge, and trust towards grocery stores can have impact on a person's attitude towards insects as food. In summary, the results show that caution is of great importance when launching new foods, such as insects, as marketing, placement in grocery stores and the level of food knowledge potential customers have in relation to insects as food, can determine whether a market can be established or not.

Keywords: Insects, food, food neophobia, food familiarity, product familiarity, world view, anthropocentrism, biocentrism

Innehållsförteckning

1. Inledning	6
1.1 Syfte och frågeställning.....	7
2. Bakgrund	8
2.1 Läget i Sverige 2023	8
2.1.1 Insekter som livsmedel	9
2.2 Konsumentens inställning	9
3. Metod.....	12
3.1 Kvalitativt tillvägagångssätt.....	12
3.2 Upplägg av intervju	13
3.3 Urval, validitet och reliabilitet	16
3.3.1 Avgränsning	16
4. Teori och begrepp.....	18
4.1 Världsbilder	18
4.1.1 Antropocentrism.....	19
4.1.2 Biocentrism	19
4.2 Livsmedelsneofobi	20
4.3 Livsmedels och- produktkännedom	20
4.4 Livsmedelshandlare - Portvakterna	21
4.5 Information om näringsinnehåll och köpvilja	22
5. Resultat och analys	23
5.1 Världsbild	24
5.2 Livsmedelskännedom och köpvilja som faktorer för att etablera	25
5.3 Få med alla på tåget	26
5.4 Livsmedelshandlares roll	29
6. Diskussion	30
6.1 Kritiskt perspektiv	30
6.2 Framtida forskning	31
7. Slutsats	32
8. Referenser	34
Bilaga 1 - Intervjumaterial	37

Bilaga 2 - Intervjufrågor	38
--	-----------

1. Inledning

Genom historien har människan använt sig av naturens resurser däribland ved, byggmaterial, vatten och livsmedel, för att överleva. I och med att världens befolkning växer sig större i antal och lever längre påfrestas jordens resurser genom olika former av livsmedelsproduktion som har skapats i syfte att mätta världens befolkning. Olika former av livsmedelsproduktion och valen av konsumtion påverkar vår omgivning, många gånger på ett negativt sätt. Detta i form av utsläpp av växthusgaser, föroreningar och ödeläggelse av naturliga habitat bland annat (IPCC, 2019).

Konventionell produktion av till exempel rött kött påverkar både klimat och natur och ungefär 66% av den brukbara mark som finns på vår planet används idag för att producera boskap. Dessutom uppskattas köttkonsumtionen i världen att dubblas till år 2050 (Goodland and Anhang, 2009). Dessa snabba förändringar medför emellertid allvarliga konsekvenser för viktiga skogar och andra ekosystem som rubbas. (Norris *et al.*, 2010).

Som en konsekvens av detta existerar det idag ett behov av att producera hälsosamma och miljövänliga livsmedel. Detta kan vara en utmaning i och med att flera faktorer ska övervägas för att hålla en standard som är acceptabel för människans behov. En av lösningarna som ofta presenteras för detta problem är att i högre grad eller endast utgå från växtbaserade livsmedel beträffande kost men av olika anledningar är detta inte en möjlighet eller ett val för alla. Det kan vara på grund av exempelvis allergier, smakpreferenser eller hälsa. Det forskas hela tiden för nya lösningar på detta dilemma.

En av dessa lösningar som kontinuerligt presenteras är insekter som livsmedel. De senaste åren har intresset för produktion av insekter för livsmedel ökat i västvärlden. Motiveringen till detta är många gånger att det är ett hållbart alternativ som livsmedel till människan eller för ett utbyte av exempelvis soja eller fiskmjöl i foder för boskap. (Hawkey *et al.*, 2021).

I denna studie ligger fokuset på denna alternativa lösning; insekter som livsmedel.

1.1 Syfte och frågeställning

Syftet med denna uppsats är att bidra med kunskap om hur människor som bor i Sverige ser på insekter som livsmedel och hur detta skulle kunna etableras som livsmedel i Sverige. Jag vill ta reda på vilken inställning människor har till att konsumera insekter och vad som ligger bakom dessa tankar och motiveringar.

Två frågeställningar har skapats för denna studie. De lyder som följande:

- Vilka attityder till insekter som livsmedel finns hos svenska konsumenter?
- Hur påverkar dessa attityder möjligheten till att etablera insekter som livsmedel på den svenska marknaden?

För att presentera vilka resultat som har påträffats under studiens gång är det nödvändigt att grundläggande information om ämnet delges vilket kommer att introduceras i nästa kapitel, *Bakgrund*.

2. Bakgrund

För att öka förståelsen av ämnet i fråga kommer det i resten av detta kapitel att presenteras bakgrundsinformation som är viktig för att förstå viktiga poänger i resultat- och diskussionsdelarna. Detta kapitel inleder med att behandla hur utgångsläget ser ut gällande insekter som livsmedel i Sverige idag och behandlar sedan insekters näringsinnehåll och egenskaper och människans roll i bilden.

2.1 Läget i Sverige 2023

I ett flertal delar av världen innehar insekter sedan länge en roll i livsmedelskonsumtionen och cirka 80% av världens befolkning konsumerar insekter i olika utsträckning. I västvärlden är det däremot fortfarande ovanligt (Svanberg & Berggren, 2021). En av teorierna om anledningen till att det dröjt för insektsproduktionen att introduceras i västvärlden är att en lång historia präglad av jordbruk och produktion av boskap har medfört att västvärldens människor betraktar insekter som ohyra vilken tillhör boskap. Det innebär med andra ord att insekter är orena samt att de inte ska ha någon roll i människans vardag (Gjerris et al. 2016), omnämner att insekter som livsmedel under århundraden har introducerats vid ett flertal tillfällen speciellt i Europa och Nordamerika, influerade av andra kulturer i världen. Detta har dock ägt rum under kristider som till exempel första världskriget. I detta sammanhang bildas alltså ytterligare en teori som menar att människan har betraktat insekter som livsmedel endast för nödställda och inte vardagsmat för medelklassen.

Insekter som livsmedel blev lagligt att sälja i Sverige år 2020 efter att Livsmedelsverket i Sverige under fler år hade bedömt EU:s lagstiftning kring så kallade ”Novel foods” det vill säga nya livsmedel, annorlunda än vad andra länder hade gjort. Detta har medfört att exempelvis Nederländerna och Danmark och andra länder inom EU sedan några år tillbaka har sålt insekter som livsmedel och alltså kommit längre i etableringen av detta (Livsmedelsverket 2020).

Idag får insekter säljas som livsmedel i Sverige men har inte blivit etablerat i svenskarnas vardag ännu.

2.1.1 Insekter som livsmedel

Enligt Gjerris et al. (2016) innehåller insekter en hög koncentration av olika metaller som exempelvis järn och zink samt protein. Insekter är också lättare för människan att smälta än vegetabiliska livsmedel och innehåller mindre mängd fett än animaliska livsmedel. Gjerris et al. menar att insekter är ett lika bra livsmedel, om inte bättre, än de proteinkällor som finns tillgängliga för humankonsumtion på marknaden idag. Vidare beskrivs hur insekter kan leva av resurser vi människor inte kan tillgodogöra oss eller väljer att inte äta som exempelvis kompost. Detta innebär att de är energi- och resurseffektiva. De odlas nästan alltid vertikalt vilket innebär att de är mer platseffektiva än boskap som behöver mer plats och inte kan omvandla födan lika bra som insekter.

Insekter som livsmedel kan ta form på olika sätt. Ett exempel är mjöl/pulverform av insekter vilket direkt kan blandas i mat (SLU 2015). Detta innebär att det skulle ta mindre tid att tillaga är till exempel köttprodukter, fisk eller kyckling, i vissa fall till och med vegetabiliska livsmedel i och med att dessa många gånger måste tillagas medan insektsmjöl direkt kan adderas i mat.

Det finns också en viktig kunskapslucka i forskningen om insekter och huruvida en framtida massproduktion kommer att vara etiskt möjlig eller inte. Denna kunskapslucka utgörs av oklarheten kring till vilken grad insekter kan känna smärta eller inte och i vilken grad de uppfattar sin omgivning. Enligt Shelley Anne Adamo (2016) saknas mycket kunskap om hur nociceptiv smärta (smärta i samband med vävnadsskador (Lund, 2021), upplevs hos ryggradslösa djur och huruvida de har den typ av hjärna som kan känna smärta eller ej. Detta menar hon innebär att vi inte säkert kan veta om insekter faktiskt kan känna smärta och att insekter därför till dess att vi har möjligheten att ta reda på hur kännande de är, ska behandlas varsamt.

2.2 Konsumentens inställning

En faktor som kan hämma utvecklingen av konsumtion av insekter i Sverige är inställningen till att konsumera insekter, det kan exempelvis vara tanken av att känna en insekt mellan tänderna eller etiska frågor som sätter stopp.

Samtidigt kan noteras att en annan faktor som kan vara avgörande för människan vid upplevelse av nya livsmedel är smak. Åsa Berggren och Ingvar Svanberg (2021), menar att smak varierar för olika typer av människor och kan formas efter till exempel den kultur en människa lever i. Smaken kan också förändras efter familjeförhållanden eller den sociala grupp en människa tillhör. Anledningarna till att en människa väljer att konsumera ett visst livsmedel beror dock på fler faktorer än smak. Dessa faktorer kan vara fysiska, psykiska, politiskt eller ekonomiskt bundna samt kopplade till moral och värderingar (Svanberg & Berggren, 2021).

I likhet med vad Svanberg och Berggren (2021) beskriver, visar en annan studie på liknande resultat som innebär att den acceptans eller inställning en viss människa har till ett livsmedel beror på psykiska och socio-psykiska faktorer. De psykiska kan vara till exempel en negativ känsloladdad reaktion såsom en känsla av avsky eller en möjlig fara, och de socio-psykiska kan vara sociala och inlärd reaktioner på mat (Rozin & Fallon, 1987). Insekter som livsmedel kan vara ett bra exempel på en inlärd reaktion då Sveriges befolkning som tidigare nämnt, många gånger har en inlärd reaktion som menar att insekter inte är ett livsmedel.

Dessa faktorer resulterar i enskilda individers val av livsmedel vilka kan skapa trender och strukturer i samhället och i sin tur resultera i en gemensam attityd gentemot ett livsmedel (Pelto 1981). Ett samhälle kan till exempel kategorisera ett livsmedel som ätbart eller icke. Ett exempel på detta är insekter i Sverige där kulturen och samhället kategoriserat insekter som icke ätbart (Svanberg & Berggren, 2021).

Här berörs den kulturella aspekten kring livsmedel i Sverige vilken kan vara viktig för många, speciellt gällande identitet. Somliga gör valet att konsumera eller att avstå från att konsumera ett specifikt livsmedel på grund av nyfikenhet, tradition, etik eller ideologi (Svanberg & Berggren, 2021). Svenskar är i allmänhet öppna för att testa nya livsmedel och visar en nyfikenhet mot detta. För att återkoppla till Rozin & Fallon som nämner psykiska och socio-psykiska faktorer, kan inställning till att testa nya livsmedel ändras genom utbildning, klass, etnicitet, kön och personlighet (Tellström 2015).

Sammanfattningsvis kan fler faktorer än tycke och smak spela in när det gäller acceptans av ett specifikt livsmedel. Till skillnad från denna studie har tidigare forskning fokuserat på exempelvis huruvida insekter som livsmedel är ett bra livsmedel gällande näringsinnehåll och miljöpåverkan samt etiska och biologiska aspekter av hur insekter fungerar. Det finns forskning som liknar denna studie, där man har utforskat hur acceptansen för insekter som livsmedel ser ut. Dessa har dock inte gått in på begreppet världsbild vilket är ett viktigt begrepp i denna studie och

alltså skiljer sig från forskning som finns innan om ämnet. En annan aspekt som skiljer sig från tidigare forskning är att denna uppsats fokuserar på människor som bor i Sverige, alltså attityder som finns i Sverige, medan annan forskning har fokuserat på andra länder. I nästa kapitel kommer valet av metod att beröras och studiens upplägg kommer att förklaras mer djupgående.

3. Metod

3.1 Kvalitativt tillvägagångssätt

I föregående kapitel har inledning, syfte och bakgrund berörts för att ge läsaren en övergripande bild av ämnet för studien. I detta kapitel behandlas val av metod och studiens tillvägagångssätt beskrivs.

Studien har genomförts med hjälp av en kvalitativ metod genom att ta del av vetenskapliga rapporter från databaser som Web of Science och Scopus. Sökningarna har sett ut som följande:

”insect* AND food* AND attitude*” och ”attitude* AND food*” och “Insect* AND production AND slaughter*” och “Insect* AND pain” och “food familiarity AND food neophobia”.

De resultat som har framkommit av sökningarna är olika rapporter och studier som har ansetts vara relevanta för denna studie. Denna litteratur har använts i syfte att finna relevant information inom området som i sin tur har kunnat användas för att stödja reflektioner och påståenden. Litteraturen har också använts för att identifiera relevanta teorier och analysmetoder med målet att undersöka och förstå informationen för att i sin tur komma fram till slutsatserna i diskussionen på ett tydligt sätt.

Utöver en litteratursökning, har intervjuer utförts vilka har ägt rum i verkligheten, alltså inte över internet. Under intervjun ställdes frågor relaterade till konsumtion av insekter, matvanor och etiska ståndpunkter. 11 stycken informanter har intervjuats och vid val av informanter var målet att ha en stor variation i ålder, kön och utbildning för att försöka representera olika ståndpunkter och på detta sätt inkludera olika former av åsikter, föreställningar och världsbilder. Dessa olikheter kunde inkluderas genom att välja personer som arbetar på olika sorters arbetsplatser eller har studerat olika ämnesområden. Detta kunde utgöra en bra grund för att ha en så stor variation av bakgrunder som möjligt.

Med målet att undvika ett deltagande av partiska informanter i studien har ingen av informanterna någon som helst kontakt med insekter i vardagen via sysselsättning på fritiden, arbete, studier eller liknande. Detta har inneburit att informanterna inte har någon erfarenhet av att konsumera insekter eller att handskas med insekter vilket har givit största likvärdiga grund för alla informanter inför intervjuerna med målet att skapa en trovärdig studie.

Vid planering av intervjuer har en semi-strukturerad metod valts. Denna metod beskriver Alan Bryman i boken *Samhällsvetenskapliga metoder* (2002) där han beskriver att en semi-strukturerad intervju är en flexibel intervjuprocess som alltså kan formas på olika sätt.

Bryman beskriver också att en semi-strukturerad intervju kan ha en intervjuguide innehållande förutbestämde frågor men menar att dessa frågor inte nödvändigtvis behöver följa samma ordning för varje intervju. Följdfrågor kan dock ställas för att knyta an till informanternas olika svar vilket innebär att informanterna får stor frihet att själva forma svaren. Detta är en viktig del av metoden för denna studie då informantens perspektiv och erfarenheter undersöks och därför innebär att information som inte har efterfrågats kan kommuniceras genom att låta informanten delvis styra intervjun.

I och med att intervjuerna dessutom delvis är strukturerade kan intervjun behålla sina huvudsakliga ramar vilket gör att den information som anses vara essentiell kan delges även om intervjuprocessen är flexibel. Detta anses vara viktigt för studien i och med att strukturerade intervjufrågor gör att resultaten från de olika intervjuerna blir jämförbara i och med att de genomgående följer samma tema.

Varför intervjuer har valts som metod för denna studie är för att detta anses vara det främsta tillvägagångssättet för att representera vad attityden av en svensk kan vara inför att konsumera eller inhandla insekter som livsmedel i sitt vardagsliv. På detta sätt kan studiens frågeställning besvaras på mest trovärdiga sätt.

3.2 Upplägg av intervju

I detta avsnitt presenteras tillvägagångssättet för intervjuerna och därmed vilka viktiga punkter intervjuerna utgjordes av.

Följande var de huvudsakliga ramarna för varje intervju:

- De första två frågorna ställdes innan någon som helst information om insektsodling gavs. Dessa var följande:
 - Hur väl informerad är du om ämnet (insekter som livsmedel) just nu?
 - Äter du kött? Varför?

Anledningen till valet av att ställa dessa frågor innan informationen gavs var att dessa frågor skulle besvaras med så få värderingar och så liten eftertänksamhet som möjligt. Om frågorna hade ställts i samband med de övriga frågorna efter informationen hade svaren möjligtvis influerats av informationen.

- Information om insekter som livsmedel och hur produktionen ser ut. Dessa punkter var följande:
 1. Information om näringsinnehåll och resurseffektivitet.
 2. Information om hur insektsuppfödning går till. Här visades bilder på hur inhysning av insekter kan se ut.
 3. Bilder på hur ett tillagat mål som innehåller insekter kan se ut. Här visades bilder på olika maträtter innehållande insekter på olika sätt (hela eller mjölform).
 4. Information om slaktmetoder och sammanfattning av tidigare information.

Ovanstående information (bifogas i bilaga 1) ansågs vara nödvändig för att intervjuerna skulle resultera i välgrundade svar från informanterna. Detta i och med att det med rätt marknadsföring skulle vara möjligt att framföra dessa fakta på livsmedelsförpackningarna eller i informationskampanjer om insekter som ingrediens skulle vara aktuellt att sälja i större mängder. På detta sätt kan informanterna motsvara möjliga kunder till denna typ av produkt. Utöver detta var ett annat mål att informanterna skulle ha likvärdig information med sig innan de svarade på intervjufrågorna i och med att alla skulle ha samma grund att stå på.

- Ytterligare sju intervjufrågor som bifogas i bilaga 2.

I syfte att undersöka vilka världsbilder som kan visa sig hos informanterna och vilka varierande attityder och förhållningssätt som finns till insekter som livsmedel samt hur dessa skiljer sig åt mellan informanterna har en samling faktorer analyserats för varje informant. Dessa faktorer har varit:

- Kosthållning (köttätare eller ej)
- Livsmedelskännedom på en skala 1–10 (kännedom och erfarenhet om insekter som livsmedel innan intervjun)

- Livsmedelsneofobi
- Värdering av andra varelser i förhållande till människan
- Etiskt förhållningssätt till andra levande varelser

Dessa faktorer har alltså analyserats i och med intervjuerna samt efter att intervjuerna har ägt rum. Utöver dessa faktorer har ett antal frågor angående informanternas ställningstagande som människa i förhållande till andra varelser använts. Utifrån dessa svar kunde olika världsbilder urskiljas och ge en indikation på hur dessa influerar olika attityder gentemot insekter som livsmedel.

Intervjufrågorna har valts efter att en litterasökning har utförts där ovanstående punkter valdes ut som viktiga faktorer för att urskilja världsbilder och attityder gentemot nya livsmedel. Ett flertal av frågorna fokuserade också på just olika attityder gentemot insekter hos informanterna. Exempel på dessa frågor är: ”Vad är din inställning till insekter som livsmedel?” och ”Skulle du kunna tänka dig att konsumera insekter? - Varför/varför inte?”. Med hjälp av svaren på dessa typer av frågor kunde olika attityder visa sig och viktiga citat som senare används för att förtydliga samt exemplifiera de varierande attityderna snappades upp.

Samtidigt kan noteras att valet av intervju som metod var positivt till skillnad från om det istället skulle ha använts exempelvis en enkät för informanterna att svara på när de önskade. Detta av den orsaken att en mängd av den information som ansågs nödvändig för att se mönster när det kommer till attityder och indikationer på världsbilder kunde urskiljas inte endast genom de direkta svaren på varje fråga men som en konsekvens av att följdfrågor hade ställts. Följdfrågorna var således viktiga för att informanten skulle ha möjlighet att förtydliga vad denne påstod eller för att tydliggöra frågan för informanten. En enkät hade försvårat detta moment då det inte skulle finnas möjlighet till en tvåvägskommunikation och viktig information hade därför utelämnats.

För att avsluta detta kapitel kommer nästa avsnitt att behandla urval, validitet och reliabilitet där val av informanter och analysen av världsbild diskuteras, innan kapitlet *Teori och begrepp* inleds.

3.3 Urval, validitet och reliabilitet

Ett urval som gjorts är att välja informanter som är bosatta i Sverige. Informanterna som har valts har olika åldrar, kön, arbete och utbildning. Informanterna består av personer jag har regelbunden kontakt med men vilka inte utgörs av nära familj. Det är möjligt att detta har påverkat resultatet både negativt och positivt. I och med att jag har en personlig relation med alla informanter på olika sätt kan detta innebära att de känner till mina personliga åsikter och ståndpunkter gällande till exempel politik, etik eller kosthållning vilka är ämnen som är relevanta för denna studie. Detta kan i sin tur ha negativa konsekvenser för trovärdigheten då informanterna kan ha haft en rädsla av att bli dömda för deras åsikter eller att ha för lite kunskap om ämnet och därför ha känt en rädsla av att uttrycka felaktiga åsikter.

Det är dock möjligt att det också kan ha påverkat resultaten positivt då det är möjligt att informanterna har känt ett större förtroende för mig och på det viset har haft känslan av att de kan delge information på vilket sätt de vill. Det är också möjligt att informanterna har känt mindre nervositet vilket de annars möjligtvis hade känt om de hade blivit intervjuade av en främling.

Gällande världsbilder fokuserar jag i denna studie på två olika sådana i syfte att finna mönster och samband kring just världsbildernas påverkan på attityder gentemot insekter som livsmedel. Detta är en analys som kan göras på olika sätt av olika personer beroende på hur världsbildernas centrala delar tolkas. Allt är inte heller svart eller vitt och detta leder ibland till att vissa personer visar på flera olika världsbilder vilka det inte finns plats för att redogöra för här. Om uppsatsens ramar hade tillåtit en mer fördjupande undersökning hade fler världsbilder möjligtvis behandlats och en mer nyanserad bild hade varit möjlig att presentera.

3.3.1 Avgränsning

I och med uppsatsens satta ramar finns avgränsningar i studiens omfattning vilket innebär att alla aspekter för detta ämne inte kan få plats. Det finns alltså en mer nyanserad bild av ämnet som inte har plats här och insekter som livsmedel är ett relativt utforskat område vilket innebär att det ständigt kommer nya perspektiv på vad det kan komma att innebära. För att överhuvudtaget ha en möjlighet att studera hur framtidsutsikten för insekter som livsmedel ser ut i Sverige idag kommer denna studie därför att utgå från att insekter som livsmedel kan vara ett

positivt tillskott till en kost. Detta i form av näringsvärde och som ett alternativ för att minska klimatpåverkan från andra animaliska livsmedel samt att vara ett resurseffektivt livsmedel.

4. Teori och begrepp

I följande kapitel presenteras teoretiska begrepp som är viktiga att känna till för att få en bättre förståelse för ämnet samt förbereda för resultat och diskussion.

Kapitlet börjar med att ingående förklara de två världsbilderna antropocentrism och biocentrism vilka genomsyrar hela arbetet. Därefter behandlas termerna livsmedelsneofobi samt livsmedels- och produktkänedom för att återkoppla till de mänskliga faktorerna gällande nya livsmedel. Slutligen beskrivs livsmedelshandlars roll i ämnet samt hur köpvilja hänger ihop med näringsinformation.

4.1 Världsbilder

En analys av intervjumaterial har utförts, denna analys presenteras mer utförligt under *Upplägg av intervju* och genom denna analys har indikationer på olika världsbilder identifierats utifrån likheter och skillnader i attityd mellan informanterna och vad dessa resultat kan innebära för en framtida etablering av insektsodling i Sverige. Dessa världsbilder har delats in i grupperna: antropocentrisk världsbild och biocentrisk världsbild. En mer ingående förklaring av detta nämns i kapitlet *Metod*.

Enligt D.B Tindall (2003) har attityder eller åsikter en viss tendens att höra samman med grupper av värderingar och relaterade världsbilder. Tindall menar att attityder och åsikter inte endast härstammar från särskilda värderingar, som till exempel att man måste värna om naturen, men att världsbilden också spelar en stor roll. På grund av detta har världsbild inkluderats som en faktor i analysen av intervjumaterialet. Det är möjligt att dold information kan urskiljas med hjälp av denna typ av synvinkel när analysen utförs. Genom att inte endast analysera åsikter eller attityder för sig, utan att också försöka se hela bilden med hjälp av informanternas uppfattade världsbild som en underliggande förklaring till varför dessa attityder eller åsikter finns kan förhoppningsvis intressanta mönster urskiljas i deras svar.

Världsbilderna antropocentrism och biocentrism är två vedertagna begrepp som används för att beskriva två olika världsbilder. När det kommer till just detta teoretiska ramverk har denna studie tagit inspiration från Brent S. Steel et al. (1994) som har skrivit en studie om hur olika världsbilder kan influera det offentliga skogsbruket. Steel et al. har delat in informanterna i tre grupper: antropocentrisk, intermediär och biocentrisk, istället för två som i denna studie. Valet att endast använda två världsbilder har gjorts för att förtydliga resultaten då 11 st informanter deltog i studien. Att lägga till intermediär som en världsbild i denna studie, som Steel et al. har gjort, skulle kanske göra att resultaten blev förvirrande om det exempelvis skulle resultera i att endast en eller ett par personer indikerade på ett mellanting av biocentrism och antropocentrism, alltså "intermediär". Detta skulle leda till att resultaten blev osamlade och därför svåra att analysera.

4.1.1 Antropocentrism

Antropocentrism är ett förhållningssätt eller en världsbild där människan står i centrum i förhållande till den icke-mänskliga världen. Enligt Eckersley (1992), ligger människans fokus på att denne har rätt till att utnyttja material och resurser från den icke-mänskliga världen på det sätt denne anser att det ska användas. Detta menar Scherer och Attig, (1983) innebär att antropocentrismen betraktar resurser, i huvudsak som en tillgång för människan. I denna världsbild finns inget utrymme för att naturen skulle kunna vara värdefull i sig själv och för sig själv (inneboende värde). Detta förhållningssätt innebär också att människan har direkta etiska skyldigheter gentemot andra människor, men endast indirekta etiska skyldigheter gentemot icke-mänskliga varelser och delar av natur och miljö. Detta innebär att alla människor ingår i en etisk gemenskap där varken icke-mänskliga varelser eller naturen har plats (Scherer och Attig, 1983).

4.1.2 Biocentrism

Biocentrism i sin tur är en världsbild som härstammar från Charles Darwins forskning om ekologi. Till skillnad från antropocentrismen ligger inte fokuset helt och hållet på människan och dennes vilja utan på naturen och dess ekosystem. Detta innebär att biocentrismen välkomnar naturen och dess icke-mänskliga delar in i gemenskapen genom att värdera den mer än vad antropocentrismen gör. I vissa fall kan naturen och miljön till och med komma att bli fokus gällande etik och moral. Biocentrismen anser dock inte att hänsyn inte ska tas gällande människans behov och vilja men kopplar denna samman med naturen och miljön samt betraktar de

olika delarna som en helhet. Detta förhållningssätt innebär att naturen både har ett inneboende (att den har ett värde som inte berör människan) och ett aktivt värde (något som kan gynna människan). Biocentrismen värderar alltså den icke-mänskliga världen som sin egen jämfört med antropocentrismen som värderar den genom sin nytta för människan (Eckersley, 1992; Scherer & Attig, 1983).

4.2 Livsmedelsneofobi

Smak eller attityd gentemot livsmedel och orsaker till detta kan som ovannämnt vara många. Alla människor reagerar olika på livsmedel och vissa anser att en typ av livsmedel har god smak medan andra anser det motsatta om samma livsmedel. Johye Hwang & Ting-Ning Lin publicerade år 2010 en studie som fokuserar på introducering av asiatisk mat i den amerikanska kulturen i USA. De refererar till flera studier där termen *livsmedelsneofobi* beskrivs som en motvilja till att äta och/eller att undvika nya livsmedel. De menar också att flera av studierna har kommit fram till att livsmedelsneofobi är relaterat till livsmedelskännedom (detta begrepp presenteras vidare i nästa avsnitt) kring nya livsmedel. Livsmedelsneofobi är också kopplat till flera olika faktorer som till exempel ålder och kön (Pliner & Hobden, 1992; Tuorila, Lahteenmaki, Pohjalainen, & Lotti, 2001).

4.3 Livsmedels och- produktkännedom

Något som kan hjälpa en person att överkomma sin livsmedelsneofobi är *produktkännedom* och i detta fall specifikt *livsmedelskännedom* (Wang & Lin, 2010). Detta begrepp definieras som "hur mycket information människor känner till om en produkt" (Park & Lessig, 1981). Choo et al. (2004) utförde en studie år 2004 i Indien med indiska deltagare och kom fram till att människor föredrar att köpa en produkt om de är mer bekanta med den. De beskriver att produktkännedom och köpvilja hänger ihop och att köpviljan hos människor därför går upp när produktkännedom stiger. Wang & Lin påpekar dock att det finns mycket forskning om produktkännedom men att endast ett fåtal studier har fokuserat på just livsmedelskännedom.

Wang & Lin fann dessutom att personer som har en kraftig variant av livsmedelsneofobi i lägre grad kände till olika typer av asiatisk mat och att konsumenter som hade mer kännedom eller erfarenhet av asiatisk mat i högre grad hade en positiv inställning till asiatisk mat. Ett tydligt resultat av detta var att högre livsmedelskännedom av ett livsmedel kan minska livsmedelsneofobi. Detta hänger

tätt ihop med ett annat resultat vilket Wang & Lin refererar till. Detta är Stallberg-White och Pliner (1999) som i sin studie kom fram till att om rätten redan (av deltagarna) innehöll kända ingredienser, smaker eller ett utseende eller tillredningsmetoder de var bekanta med, innebar detta att deltagarna var mer villiga att provsmaka den främmande rätten.

Sammanfattningsvis kom Wang och Lin fram till att livsmedelskännedom är en viktig faktor när det kommer till att påverka konsumenternas livsmedelsneofobi för främmande livsmedel och därför influerar detta konsumenters attityd och köpvilja gentemot dessa livsmedel. Ett resultat av detta är att en förbättrad kännedom hos konsumenterna kan avlägsna möjliga hinder när konsumenter testar nya livsmedel. Detta är mest troligt också möjligt att applicera på insekter som livsmedel då det är främmande för majoriteten av befolkningen i Sverige.

4.4 Livsmedelshandlare - Portvakterna

Livsmedelsbutiker har en viktig roll vad gäller konsumenters matvanor och val av varor. Maureen Schulze, Achim Spiller och Antje Risius (2021), har skrivit en artikel om livsmedelshandlars roll och motiv gällande att marknadsföra naturbeteskött. Författarna menar att livsmedelshandlare kan liknas vid en portvakt mellan jordbrukare och konsumenter i försörjningskedjan och att detta leder till att de kan ha stor påverkan på produktions- och konsumtionsmönster. Anledningen till deras stora påverkan är att livsmedelshandlare innehar kontroll över olika flöden såsom råvaror, information och olika värden vilket leder till att de får en mycket viktig position gällande distribution av olika sorters varor. Sammanfattningsvis innehar livsmedelshandlare makten att ändra konsumenters köpvanor genom att de själva kan bestämma vad som ska erbjudas i butiken och hur dessa framställs genom olika former av information som finns tillgänglig i butiken (Esbjerg et al. 2016).

Vid lansering av nya produkter krävs noggrannhet och försiktighet i och med att det kan vara främmande för vissa konsumenter och i detta fall innehar livsmedelshandlare alltså en nyckelroll. Det är dock inte livsmedelshandlaren som bestämmer vad som ska stå på en förpackning eller hur den typen av marknadsföring ska se ut men denne bestämmer var i butiken produkterna ska stå och hur de framställs. Konsumenter vänder sig, som tidigare nämnt, till informationen som kommer med ett livsmedel för att höja livsmedelskännedomen (Wang & Lin, 2010). Här blir det tydligt att informationen tas emot i livsmedelsbutiken och den fysiska atmosfären i form av planering av sektioner i butiken, butikens format, display och variation bland produkter, påverkar

konsumenternas val av varor (Konuk, 2020, Page et al 2019, Lindberg et al., 2018, Hoskins, 2020).

En annan studie som behandlar samma tema har publicerat resultat som visar att livsmedelsbutikers trovärdighet influerar konsumenters köpvilja positivt (Jung, Sharma, Mattila, 2022). Samma studie visar också att *potentiella* kunder för ett visst livsmedel lutade sig mer mot förtroende gentemot butiken för inhandling av nya livsmedel medan *återkommande* kunder som inhandlar redan känd mat tittade mer på priset. Sammanfattningsvis behöver nya typer av livsmedel inte bara utvecklas för att möta konsumenternas behov i form av näringsinnehåll, miljömässig hållbarhet, god smak och bra djurvälstånd utan också var och hur de ska säljas.

4.5 Information om näringsinnehåll och köpvilja

Utöver de resultat som presenterats av Wang och Lin under avsnittet *Livsmedels- och produktkännedom* har de kommit fram till att flera studier visar att konsumenter lägger signifikant vikt vid information om näringsinnehåll när de inhandlar förpackade livsmedelsprodukter och menar att mer än 80% av konsumenter tycker att information om näringsinnehåll på paketet har inflytande på deras val av livsmedel (Wang & Lin, 2010). Detta kan kopplas ihop med termen livsmedelsneofobi som presenterades tidigare i texten. Wang & Lin menar att information kan förändra en persons ovilja att testa ett främmande livsmedel och att näringsinformation kan minska osäkerhet kring dessa men också att bristfällig information om ett livsmedel kan skapa barriärer mellan konsumenten och produkten. Deras studie visar också att konsumenter, i en situation där de får välja mellan olika främmande livsmedel, vänder sig till näringsinformationen för att underlätta i valet.

En annan studie har presenterat resultat som också är intressanta i detta sammanhang. Tuorila, Meiselman, Cardello, och Lesher (1998) visar på att när positiv information om det nya livsmedlet lyfts fram i samband med en provsmakning har detta en positiv effekt på betygsättningen av samma livsmedel.

Sammanfattningsvis kan information om näringsinnehåll i olika former ha stort inflytande på konsumenters val i mataffären och hur deras framtida val kan komma att se ut.

5. Resultat och analys

Denna del av uppsatsen kommer att beröra de resultat som har framkommit i och med intervjuer och litteraturanalyser med referenser till termer och begrepp i föregående kapitel: *teori och begrepp*. Nedan kommer övergripande information kring informanterna att presenteras i en tabell. Därefter presenteras resultat kring de olika världsbilder informanterna har påvisat och följs av resultat kring livsmedelskännetid och köpvilja. Vidare beskrivs livsmedelsneofobi som faktor och till sist livsmedelshandlars roll i lansering av insektsprodukter.

Fakta om informanterna:

Endast tre informanter hade kunskap om insekter som livsmedel innan intervjuerna.

Kvinnor (Andel)		63 %			
Män (Andel)		37 %			
Medelålder		38 år			
Köttätare (Andel)		82%			
Vegetarianer		18%			
Informant nr.	Kön	Ålder	Kosthållning	Eftergymnasial utbildning	Världsbild
1	Kvinna	26	Köttätare	Nej	Antropocentrisk
2	Man	55	Köttätare	Nej	Antropocentrisk
3	Kvinna	28	Köttätare	Ja	Biocentrisk
4	Man	34	Köttätare	Ja	Biocentrisk
5	Kvinna	25	Köttätare (fisk)	Ja	Biocentrisk
6	Kvinna	24	Vegetarian	Ja	Biocentrisk
7	Kvinna	24	Vegetarian	Ja	Antropocentrisk
8	Kvinna	55	Köttätare	Ja	Biocentrisk
9	Man	54	Köttätare	Ja	Biocentrisk
10	Man	50	Köttätare	Nej	Antropocentrisk
11	Kvinna	33	Köttätare	Nej	Antropocentrisk

5.1 Världsbild

Vid bedömningen av världsbild baserades detta på hur varje informant uppfattade sig själva och människan i allmänhet i förhållande till andra varelser samt natur och miljö. Detta kunde till exempel visa sig genom att en informant som uppvisade antropocentriska tankegångar svarade att det kanske kan bli nödvändigt att äta insekter endast i ett läge där det blir brist på livsmedel i världen. Föregående kan tyda på att denne betraktar världens resurser som något som endast ska gynna och existera för människans behov. I kombination med svar på andra frågor som visade på antropocentrism indikerade att denne lutade mer åt en antropocentrisk världssyn. En informant som gav svar som indikerade på en biocentrisk världsbild svarade exempelvis på samma fråga att det kanske kan uppstå ett behov av att konsumera insekter i syfte att minska konsumtionen av rött kött för att reducera utsläppen av växthusgaser, detta för att gynna främst natur och miljö men också människan. Dessa två sidor är ett tydligt exempel på två olika världsbilder och hur det kunde se ut när varierande världsbilder visade sig i intervjumaterialet.

De informanter som värderat människan på samma nivå som natur, djur och miljö på frågan ”Hur ställer du dig i förhållande till: djur, insekter och natur/miljö som människa? Hur skulle du rangordna dessa enligt värde för dig?”, skulle kunna anses indikera på en stark biocentrisk världsbild. Detta i och med att dessa är biocentrismens huvuddrag - att leva i symbios med natur och miljö samt att inte underminera dess resurser. Dessa utgör också 4 av 7 informanter som är icke neofobiska gentemot insekter och dessutom har uttryckt att de skulle kunna tänka sig att konsumera insekter i vardagen som ett alternativ till livsmedel som har ett stort miljöavtryck. Detta är intressant då det skulle kunna visa på att en stark biocentrisk världsbild kan vara positivt för en framtida etablering av insekter som livsmedel, vilket berör frågeställningen ”Hur påverkar dessa attityder möjligheten till att etablera insekter som livsmedel på den svenska marknaden?”.

Något jag personligen reagerade på och trodde några av informanterna skulle nämna var hur de tänkte när de planerade recept i vardagen och vilka råvaror de valde. Min hypotes var att några skulle nämna att de tänkte på att de skulle vara med märkningar som till exempel indikerar att djuren har blivit bra behandlade ur en etisk synpunkt, att det var ekologiskt eller hade låga utsläpp. Det var dock ingen av informanterna som kom i närheten av att nämna detta. Samtliga av informanterna berättade att de valde recept/produkter som var goda, billiga, enkla att tillaga eller likande. Detta motsäger en biocentrisk världsbild i och med att biocentrismens fokus ligger på att låta natur och miljö få en röst och ska visas hänsyn när det

kommer till att använda sig av naturens resurser. Detta är ett intressant resultat då det visar på att samtliga informanter på denna fråga, resonerade utifrån ett antropocentriskt perspektiv – alltså att det ska gynna människan. De beaktade alltså inte natur och miljö eller etiken kring andra levande varelser.

5.2 Livsmedelskännedom och köpvilja som faktorer för att etablera

De flesta av de som visade på neofobi gentemot insekter uttryckte av sig själva en känsla av äckel av tanken att konsumera en insekt utan att en specifik fråga om detta hade ställts. Detta i kombination med att ge svar som tydde på att en informant inte ville smaka på insekter gjorde att de tolkades som neofober gentemot insekter. Ett antal av informanterna tolkades som neofober även om de inte uttalat att de var äcklade av tanken på att konsumera insekter men i dessa fall var det tydligt att de var neofoba av andra skäl exempelvis att det kändes konstigt att konsumera insekter för att de inte var vana vid det eller kände att de inte behövde det i sin kost. I informationen som gavs i början av intervjun visades bilder på flera olika typer av maträtter som är möjliga att tillaga av insekter som ingrediens. Flera av informanterna, både de med neofobi och de med icke neofobi, nämnde att det skulle vara mer lockande att äta insekter i pulverform blandad i en maträtt som visades i informationen och inte om de var synliga i hel form. När en bild föreställande pannkakor gjorda på mjöl av mjölmask visades uttryckte majoriteten av informanterna mer positiva åsikter till skillnad från när det visades en bild på en rätt där hela insekter var synliga.

Ovanstående resultat visar tydliga kopplingar till Wang & Lin som refererar till Choo et al. (2004) som kom fram till att människor föredrar att köpa en produkt om de är mer bekanta med den (har hög produktkännedom). De menar alltså att produktkännedom och köpvilja hänger ihop och att människors köpvilja därför går upp när produktkännedom stiger. Wang & Lin refererar också till Stallberg-White and Pliner (1999) som i sin studie kom fram till att om rätten redan (av deltagarna) innehöll kända ingredienser, smaker, utseende eller tillredningsmetoder de var bekanta med, ledde detta till att deltagarna var mer villiga att provsmaka den främmande rätten.

Detta kan tydligt kopplas till att informanterna i denna studie drogs mer till bilden på pannkakor än rätten innehållande hela insekter. Pannkakor är en rätt som har en stor roll i svenska hem antingen som frukost, lunch eller middag. Pannkakor och ärtsoppa på torsdagar är en kulturell tradition och pannkakan konsumeras gärna

av majoriteten av befolkningen. Den är familjär och har ett vänligt utseende som inte avskräcker många. Dessa resultat kan indikera på att en viktig faktor är att introducera produkter som har en hög grad av livsmedelskännedom för svensken, detta för att öka köpviljan för insekter. Detta kan vara till exempel knäckebröd, pannkakor, hamburgare eller varför inte någon form av gryta. På detta sätt kan en mjukstart ta plats och ett för stort motstånd eller en chock som annars skulle kunna uppstå om insekter som livsmedel endast introducerades som exempelvis hela friterade insekter i en påse, kan undgås. 7 av 11 informanter (både biocentriker och antropocentriker) svarade också på frågan ”Vad är viktigt för dig när du väljer recept/vad du ska laga för mat?”, att det ska vara enkelt. Detta skulle kunna skapa problem om hela insekter introducerades då majoriteten av befolkningen dels inte skulle besitta kunskapen om hur detta livsmedel bör tillagas samt att graden av livsmedelskännedom skulle bli för låg vilket, om man ser till studien från Choo et al. (2004), skulle innebära att köpviljan skulle minska vilket skulle vara negativt för en framtida etablering av insekter på den svenska marknaden. Detta är intressant för frågeställningen som berör framtidsutsikten för insekter som livsmedel och hela uppsatsens syfte i sig. Sammanfattningsvis är kan alltså produktkännedom och specifikt livsmedelskännedom vara viktigt vid lansering av nya livsmedel som insekter för att inte avskräcka potentiella konsumenter.

5.3 Få med alla på tåget

Ett förvånande samband var att samtliga informanter som visade på neofobi var kvinnor vilket innebär att ingen av männen uppvisade detta drag. Detta skulle kunna indikera att kvinnor generellt är mer försiktiga eller kräsna när det kommer till mat men det är viktigt att påpeka att männen endast utgjorde 36 % av informanterna. Kring de informanter med högre grad av neofobi gentemot insekter som livsmedel ansåg nästan alla att det behövs mer information för att kunna etableras i samhället. På frågan ”Vad skulle få dig att ändra uppfattning?” (Om en person har svarat nej på frågan om de skulle kunna tänka sig att äta insekter) svarade ett par av de neofobiska informanterna att användning av sociala medier för att influera privatpersoner till att börja äta insekter skulle kunna vara ett bra hjälpmedel. Ett viktigt och återkommande svar som utmärkte sig endast bland de som visade på neofobi var att de ansåg att det finns ett behov av övertygande information om hälsofördelarna och näringsinnehållet i insekter för att de överhuvudtaget skulle vilja testa. Flera av dessa informanter menade också att denna information skulle behöva vara lättillgänglig och enkel att förstå. Detta är intressant för frågeställningen om vilka attityder som finns gentemot att konsumera insekter. Vidare berättade de om en önskan att ha vittnen som intygar att insekter smakar bra, är nyttigt eller enkelt att tillaga av andra som konsumerat det. En av

informanterna utvecklade detta vidare och hänvisade till en dokumentär som handlar om negativa effekter av att äta rött kött:

”I den dokumentären får man ju en väldigt tydlig insikt i hur dåligt det egentligen är för oss att äta kött. Skulle det finnas en liknande dokumentär som man inte blir för äcklad av, då tror jag att det skulle få många människor att ändra inställning till det... Enkel information där det är väldigt svart på vitt att det här gör insekter med din kropp, då skulle jag kunna tänka mig att äta det.”

Ytterligare en informant med neofobi för insekter berättar om hur denne skulle kunna bli påverkad till att äta insekter och hur denna påverkan skulle gå till:

”Kanske om man skulle kunna visa på att det är fantastiska näringsfördelar... då äter jag ju insekter... Andra alternativ är ju jättebra, sen vet jag inte om det är någon slags fisk eller insekter, det behövs ju andra alternativ, absolut. I Sverige tror jag att det handlar om att få folk att känna ett behov av det. Man behöver jobba på marknadsföring för jag tror att folk i Sverige känner att varför ska jag byta när det funkar bra för mig som det är? Så det är nog att tankesättet behöver ändras tror jag. Kanske att få det att kännas mer vanligt och sen om det är med influensers eller om det är att få med ICA och liknande kanske. Typ fitnessmänniskor, istället för att dricka råa ägg kan de väl äta insektsprotein i form av pulver.”

Här kan ett mönster gällande livsmedelsämnedom återigen urskiljas då ovanstående påståenden stämmer överens med där Wang & Lin som menar på att en människa föredrar att köpa en produkt om denne är mer bekant med den. Dessa informanter vittnar om att mer information om hälsofördelar, näringsinnehåll och smak skulle kunna få dem att i högre grad konsumera insekter. En ytterligare intressant aspekt är att flera av de informanter som indikerade på en biocentrisk världsbild och visade på neofobi uppgav att om näringsfördelarna var övervägande bra och om mer forskning utfördes på hur etiken ser ut för insekterna hade de kunnat tänka sig att börja konsumera insekter som ett miljövänligt alternativ. Flera nämnde att de till och med hade kunnat börja äta djur (insekter) om näringsfördelarna var tydligt bevisade goda genom forskning samt att de bevittna andra som också konsumerade insekter. Detta stämmer också överens med påståenden från Wang & Lin där de menar att konsumenter vänder sig till näringsinformationen när de måste välja mellan olika främmande livsmedel, vilket är intressant för uppsatsens ena frågeställning som berör attityder.

En viktig faktor som togs upp av majoriteten av informanterna, var att det var viktigt för dem att livsmedlet skulle finnas tillgängligt på till exempel ICA vilket innebär att det skulle vara lättillgängligt och pålitligt i och med att ICA ingår i deras vardag och att många handlar där. Informanterna visade generellt sett alltså på ett högt förtroende gentemot ICA som livsmedelsbutik och en möjlig distributör för insekter som livsmedel. Kanske kan detta också innebära en ökad

livsmedelskännedom genom att de har tillit till just ICA. Detta är en plats många besöker flera dagar i veckan vilket kan innebära att det är något familjärt/bekant redan om det finns på ICA. Detta kan vara en indikation på att insekter tillgängligt på ICA möjligtvis skulle öka livsmedelskännedomen för konsumenter och i sin tur öka köpviljan för insektsprodukter.

80% av informanterna som äter kött av något slag (rött kött, kyckling eller fisk) gav information som visade på att de är icke-neofobiska gentemot insekter som livsmedel. Detta är intressant då Rozin & Fallon som tidigare nämnt menar på att vilken acceptans en viss människa har gentemot ett livsmedel beror på psykiska och socio-psykiska faktorer. En psykisk faktor kan vara till exempel en negativ känsloladdad reaktion såsom en känsla av avsky eller en möjlig fara. Det kan då möjligtvis kopplas till denna studies empiri genom att de som redan konsumerar kött inte har en känsloladdad reaktion inför att konsumera andra typer av levande varelser medan de som inte har vanan att göra det har den reaktionen. Följande är ett citat från en av de informanter som konsumerar kött om attityden gentemot konsumering av insekter:

”Det känns som att det finns ett hinder för att insekter ser ju inte så trevliga ut men å andra sidan äter man ju andra djur som inte ser så trevliga ut. Egentligen tror jag bara att det är en vanesak.”

En annan informant som är vegetarian om sin attityd gentemot insekter som livsmedel:

”För min del så är det väl inget som nödvändigtvis lockar men det är ju mycket kopplat till att jag inte äter kött... Jag kan se nyttan för andra snarare än för mig själv.... Det går inte ihop med mina värderingar.”

Dessa två citat visar tydligt på de varierande attityder som kan utgöra olika utgångslägen för en etablering av insekter i Sveriges matkultur för de som är vana vid att konsumera levande varelser eller inte. Kanske kan det alltså vara så att konsumtion av insekter i den svenska matkulturen kan vara enklare att etablera för de som redan konsumerar kött. För de som har problem med att konsumera kött eller som inte konsumerar köttprodukter överhuvudtaget kan processen kanske bli längre men förhoppningsvis fortfarande möjlig.

5.4 Livsmedelshandlares roll

I kapitlet *Teori* beskrevs en roll som är viktig i frågan om huruvida insekter som livsmedel kan vara möjligt att etablera på den svenska marknaden – livsmedelshandlare och deras matbutiker.

En av informanterna som konsumerar kött nämnde något intressant under intervjun när det kom till frågan ” Borde vi äta insekter? - Vilka aspekter tror du är viktiga att fundera på vid en etablering av insekter som livsmedel?”:

”Om det ska funka måste det läggas upp på bra sätt, man måste kanske baka in dem som du visade på bilden och få det att se trevligt ut. Det måste ju också vara gott, annars blir det inget. Det kanske funkar ett tag att sälja insekterna som de är, hela och knapriga typ, men då köper man det inte till slut. Då kommer folk att tröttna på det, man behöver lite olika texturer.”

Detta är ett exempel på det som tidigare nämnts i teorin med referens till Pelto (1981) och Svanberg & Berggren (2021) som menar att enskilda individers val av livsmedel kan skapa trender och strukturer i samhället vilka i sin tur resulterar i en gemensam attityd gentemot ett livsmedel vilket enligt Berggren kan leda till att ett samhälle betraktar det livsmedlet som ätbart eller icke ätbart.

Som ovannämnt indikerar denna studie på att insekter tillgängligt på ICA möjligtvis skulle kunna bidra till att öka livsmedelskännedomen och därför köpviljan gentemot insekter som livsmedel. För att detta skulle kunna vara möjligt kan det vara avgörande att livsmedelshandlare vill erbjuda denna typ av produkt till potentiella kunder. Denna teori stöds av Schulze et al., 2019, som talar om livsmedelshandlare som portvakter i och med att denna studie visar på att nästan alla informanter benämnde ICA som en kedja de hade ett högt förtroende för och som till och med kunde vara avgörande för om de skulle tycka att insekter som livsmedel var attraktivt eller inte för dem. Dessa resultat stöds dessutom av Jung et al. (2022) som menar att konsumenters köpvilja ökar om en livsmedelsbutik har hög trovärdighet samt att potentiella kunder förlitade sig mer på deras förtroende gentemot livsmedelsbutiken när det gällde att utföra köp av för dem, nya produkter. Alltså, ju mer trovärdig butiken är, desto högre blir köpviljan gentemot nya livsmedel. I och med att livsmedelshandlarna själva väljer vad som ska säljas i butiken och hur detta marknadsförs vilket i sin tur kan ha så stor effekt att det kan ändra svenskens konsumtionsmönster, har de därför en viktig roll gällande framtiden för insekter som livsmedel. Detta är intressant för att besvara frågeställningen om framtidsutsikten för insekter som livsmedel då det visar att livsmedelshandlare är en del av denna utveckling.

6. Diskussion

6.1 Kritiskt perspektiv

Metoden anses ha varit ett bra val då intressant information framkom genom intervjuerna som var nödvändig för att analysera tecken på världsbilder på ett bra sätt. Vissa frågor i intervjun bidrog dock inte till att svara på frågeställningarna vilket nämnts tidigare i texten där ett exempel på detta var fråga 3;

”Vad är viktigt för dig när du väljer recept/vad du ska laga för mat? Varför?”

Där informanterna inte alls kom i närheten av att svara på denna fråga på det sätt som förväntades. Kanske skulle frågan ha ställts på ett annorlunda sätt för att få ut ett annat svar men samtidigt visade detta vad informanterna verkligen tänker på när de är i affären eller ska välja recept.

Ett annat intressant resultat framkom i samband med analysen vilket var att alla som indikerade på en biocentrisk världsbild hade en eftergymnasial utbildning. Bland de som indikerade på en antropocentrisk världsbild hade endast en person en eftergymnasial utbildning. I litteraturen hittades dock inget som helst stöd för detta resultat vare sig när det kommer till relationen mellan världsbild och utbildning eller just biocentrism och antropocentrism och utbildning. En teori om hur detta samband kan vara möjligt är att en eftergymnasial utbildning ger en mer bred kunskap om världen.

Ett annat faktum var att män utgjorde endast 36% av informanterna. Detta skulle kunna förbättras. Det hade varit idealiskt att ha med 50% av både män och kvinnor för att fler mönster skulle ha varit möjliga att urskilja. Kanske hade andra intressanta upptäckter gjorts om detta varit fallet. Gällande antalet informanter (11 st) hade det, om mer tid och resurser hade funnits, varit intressant att ha en större grupp informanter. Detta hade säkerligen givit fler intressanta resultat som i sin tur också hade lett till att resultaten hade kunnat styrkas med större förtroende i och med att fler personer skulle ha deltagit i studien.

6.2 Framtida forskning

Denna studie kan bidra med information för företag som ämnar marknadsföra eller sälja insekter som livsmedel. Det är dock essentiellt att forska mer på hur en etablering av denna typ av marknad ska gå till för att den ska ha en chans att verkligen inrätta sig utan att en för stor del av befolkningen avfärdar den. Forskningen som ser ut att krävas för acceptansen av insekter som livsmedel gällande den färdiga produkten är till exempel sådan som söker svara på hur marknadsföringen ska läggas upp på bästa sätt för att intressera en så bred mängd av befolkningen som möjligt. Denna studie visar dock att olika grupper i samhället inte har samma attityd gentemot insekter vilket innebär att de också utgör olika utgångslägen för marknadsföring. Kanske finns det alltså ett behov av att olika former av marknadsföring skapas. Detta kan å ena sidan utgöras av sociala medier där målgruppen kanske skulle kunna vara yngre människor eller de som dras mer till fenomen som andra också gillar. Dessa är den grupp som jag tidigare nämnt behöver ”vittnen” om att det är möjligt att konsumera insekter – i hög grad personer med neofobi gentemot insekter som livsmedel.

Å andra sidan kan det vara den målgrupp som hämtar inspiration i matbutiken snarare än på internet och väljer livsmedel utifrån vad som ser aptitligt ut och inte vad andra konsumerar samt utifrån förtroendet till butiken. Kanske måste fokus här ligga på själva produkten då flera av informanterna som tidigare nämnt påpekar att de inte vill se hela insekter när de handlar i mataffären. Detta innebär alltså att det dels är viktigt hur produkten framställs i affären för att få den att se aptitlig och i vilken typ av affär den säljs.

En annan aspekt som är i behov av mer forskning är etiken kring produktion av insekter som livsmedel och huruvida insekter känner smärta eller ej. Detta är av vikt både för människor som vill vara säkra på att inget lidande finns med i processen kring livsmedel de konsumerar och producerar men också för att insekterna inte ska behöva uppleva smärta.

När det gäller informanter hade det varit intressant för framtida forskning att istället för privatpersoner, inkludera livsmedelshandlare å ena sidan, och producenter av insektsprodukter å andra sidan. Detta hade möjligen bidragit med intressanta upptäckter och förslag på viktiga faktorer för en framtida etablering, med expertis både inifrån produktion och från livsmedelsbutikerna som dagligen möter olika typer av kunder med dess varierande attityder gentemot livsmedel.

7. Slutsats

Syftet med denna studie har varit att undersöka vilka attityder eller inställningar som finns till att konsumera insekter i Sverige och hur detta kan påverka en framtida etablering av insekter som livsmedel på den svenska marknaden. Två frågeställningar har besvarats med hjälp av intervjuer och litteratur.

Den första frågeställningen ”Vilka attityder finns det hos svenska konsumenter inför att äta insekter som livsmedel i dagens läge?” kan besvaras genom att visa på olika attityder som kan visa sig hos personer med hjälp av intervjuerna. Utifrån dessa framkom att varierande attityder kan finnas gentemot insekter som livsmedel och just denna studie visar på följande attityder:

- Intresse inför att smaka på insekter och att testa något nytt.
- En känsla av avsmak.
- En känsla av obehag och rädsla.
- En känsla av ovisshet inför insekter som livsmedel som fenomen. Här var det tydligt att mer information om näringsinnehåll önskades när det gäller att konsumera insekter.
- Att det kommer att vara ett viktigt och relevant livsmedel i framtiden som alternativ till livsmedel som kräver mycket resurser (till exempel kött).

Den andra frågeställningen ”Hur påverkar dessa attityder möjligheten till att etablera insekter som livsmedel på den svenska marknaden?” kunde besvaras dels genom intervjuerna, dels med hjälp av litteratur som bistod med teorier. Dessa teorier hjälpte till att formulera resultaten i ord och att understödja med liknande resultat som stärkte förtroendet för denna studies resultat.

Denna frågeställning kunde sammanfattningsvis besvaras som följande:

- Personer som visar på en världsbild med biocentriska drag, till skillnad från personer med en antropocentriska drag, kan möjligtvis innebära en positiv utveckling för en etablering av insekter som livsmedel i och med att de i lägre grad visade på neofobi gentemot insekter.

- En etablering av insekter som livsmedel skulle kunna vara mer effektiv gentemot de människor som redan konsumerar kött till skillnad från de som inte konsumerar kött där denna etablering eventuellt skulle kunna innebära fler hinder som berör smak och värderingar.
- Många människor verkar i högre grad vara villiga att köpa produkter innehållande insekter om livsmedelskännedomen är hög. Det ser alltså ut som att en möjlig försäljning av insekter kommer kunna vara tänkbar i Sverige om livsmedelskännedomen gentemot produkterna är hög.
- Människor verkar i lägre grad konsumera eller köpa insekter om inte tillräckligt med information och övertygelse om positivt näringsinnehåll finns tillgängligt.
- Många skulle möjligtvis i högre grad kunna vara öppna för att köpa och konsumera insekter om de har en hög tillit till matbutiken de handlar i.

Insekter som livsmedel kan komma att bli en viktig lösning för nuvarande och framtida problematik kring en hållbar livsmedelsförsörjning i världen. För att etablera denna nya form av livsmedel krävs kunskap, uppmärksamhet och varsamhet. Kanske kan vi också inspirera liknande länder till att följa samma utveckling och på så sätt avlasta natur och miljö ytterligare. Om detta lyckas kan vi förhoppningsvis ha en spännande, smakrik och ljus framtid för vår matkultur som breddar våra vyer och låter oss upptäcka vad världen har att erbjuda.

8. Referenser

- Adamo, Shelley Anne. (2016). Do insects feel pain? *Animal Behavior* 118, 75-79.
<https://doi.org/10.1016/j.anbehav.2016.05.005> Department of Psychology and Neuroscience, Dalhousie University, Halifax, NS, Canada.
- Bryman, Alan. (2002). *Samhällsvetenskapliga metoder*. 1. uppl. Malmö: Liber ekonomi.
- Berggren, Å., Jansson, A., Low, M. (2019). Approaching Ecological Sustainability in the Emerging Insects-as-Food Industry. *Trends in Ecology and Evolution*. 34, 2.
[https://www.cell.com/trends/ecology-evolution/pdf/S0169-5347\(18\)30276-3.pdf](https://www.cell.com/trends/ecology-evolution/pdf/S0169-5347(18)30276-3.pdf)
- Choo, H., Chung, J-E., & Pysarchik, D. T. (2004). Antecedents to new food product purchasing behavior among innovator groups in India. *European Journal of Marketing*, 38, 608–625. <https://doi.org/10.1108/03090560410529240>
- Eckersley, R. (1992). Environmentalism and Political Theory: Toward an Ecocentric Approach. *State University of New York Press*. 12, 274.
<https://www.jstor.org/stable/4235966>
- Ganguly, A., Moreno, J.M.P. (2021). A preliminary study on the juvenile stages of *Tenebrio molitor* Linnaeus, 1758 (Coleoptera: Tenebrionidae) and *Sphenarium purpurascens* Charpentier, 1842 (Orthoptera: Pyrgomorphidae) as exploitable nutraceutical resources. *The International Journal of Tropical Insect Science*. 41, 2247–2253. <https://doi.org/10.1007/s42690-021-00477-9>
- Gjerris, M., Gamborg, C., Röcklinsberg, H. (2016). Ethical aspects of insect production for food and feed. *Journal of Insects as Food and Feed*. 2,101-110.
<https://doi.org/10.3920/JIFF2015.0097>
- Goodland, R. and Anhang, J., (2009). *Livestock and climate change. What if the key actors in climate change are... cows, pigs, and chickens*. World Watch Institute, Washington, DC, USA.
- Hawkey, K., Lopez-Viso C, Brameld J., Parr, T., Salter A. (2021). Insects: A Potential Source of Protein and Other Nutrients for Feed and Food. *Annu Rev Anim Biosci*. 16, 333-354. [10.1146/annurev-animal-021419-083930](https://doi.org/10.1146/annurev-animal-021419-083930).
- Hoskins, J.D. (2020). The evolving role of hit and niche products in brick-and-mortar retail category assortment planning: a large-scale empirical investigation of U.S. consumer packaged goods. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 57.
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102234>

- Hwang, J., Lin, T.N. (2010). Effects of Food Neophobia, Familiarity, and Nutrition Information on Consumer Acceptance of Asian Menu Items, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19:2, 171-187.
<https://doi.org/10.1080/19368620903455286>
- IPCC. (2019). *Summary for Policymakers. In: Climate Change and Land: an IPCC special report on climate change, desertification, land degradation, sustainable land management, food security, and greenhouse gas fluxes in terrestrial ecosystems* [P.R. Shukla, J. Skea, E. Calvo Buendia, V. Masson-Delmotte, H.- O. Pörtner, D. C. Roberts, P. Zhai, R. Slade, S. Connors, R. van Diemen, M. Ferrat, E. Haughey, S. Luz, S. Neogi, M. Pathak, J. Petzold, J. Portugal Pereira, P. Vyas, E. Huntley, K. Kissick, M. Belkacemi, J. Malley, (eds.)].
<https://doi.org/10.1017/9781009157988.001>
- Jung,I., Sharma, A., Mattila, A.S. (2022). The impact of supermarket credibility on purchase intention of novel food. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 64. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102754>
- Konuk, F.A. (2020). Trust transfer from manufacturer to private label brand: the moderating role of grocery store format. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 54. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101955>
- Lindberg, U., Salomonson, N., Sundstrom, M., Wendin, K. (2018). Consumer perception and behavior in the retail foodscape—A study of chilled groceries. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 40, 1–7.
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2017.09.001>.
- Livsmedelsverket (2020). *Livsmedel med insekter tillåtna i Sverige*.
<https://www.livsmedelsverket.se/foretagande-regler-kontroll/nyheter-for-livsmedelsforetag/nyheter-for-foretag/livsmedel-med-insekter-tillatna-i-sverige>
[2023-05-25]
- Lund, A., (2021). *När själva smärtan är sjukdomen*. <https://ki.se/forskning/nar-sjalva-smartan-ar-sjukdomen>. [2023-05-25]
- Norris, K., Potts, S.G., Mortimer, S.R., (2010). Ecosystem services and food production. *Issues in Environmental Science and Technology*. 30, 52-69.
[10.1039/9781849731058-00052](https://doi.org/10.1039/9781849731058-00052)
- Page, B., Trinh, G., Bogomolova, S., (2019). Comparing two supermarket layouts: the effect of a middle aisle on basket size, spend, trip duration and endcap use. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 47, 49–56.
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.11.001>
- Park, C. W., & Lessig, V. P. (1981). Familiarity and its impact on consumer decision biases and heuristics. *Journal of Consumer Research*. 8(2), 223–230.
<https://www.jstor.org/stable/2488834>
- Pelto, G. H. (1981). Methodological Issues in Nutritional Anthropology. *Food and Nutrition Bulletin*. 64,12–28. <https://doi.org/10.1177/156482658100300405>
- Pliner, P., Hobden, K. (1992). Development of scale to measure the trait of food neophobia in humans. *Appetite*, 19, 105–120. [https://doi.org/10.1016/0195-6663\(92\)90014-W](https://doi.org/10.1016/0195-6663(92)90014-W)

- Rozin, P., A. E. Fallon. (1987). A Perspective of Disgust. *Psychological Review* 94 (1), 23–41. [10.1037//0033-295X.94.1.23](https://doi.org/10.1037//0033-295X.94.1.23)
- Rozin, P., Vollmecke, T. A. (1986). Food Likes and Dislikes. *Annual Review of Nutrition*. 6 (1), 433–456. [10.1146/ANNUREV.NU.06.070186.002245](https://doi.org/10.1146/ANNUREV.NU.06.070186.002245)
- Tindall, D.B. (2003). Social values and the contingent nature of public opinion and attitudes about forests. *The Forestry Chronicle*. 79, 3. <https://doi.org/10.5558/tfc79692-3>
- Stallberg-White, C., Pliner, P. (1999). The effect of flavor principles on willingness to taste novel foods. *Appetite*, 33, 209–221. <https://doi.org/10.1006/appe.1999.0263>
- Tellström, R. (2015). *Hunger och törst: Svensk måltidshistoria från överlevnad till statusmarkör*. Stockholm: Forum.
- Tuorila, H., Lahteenmaki, L., Pohjalainen, L., Lotti, L. (2001). Food neophobia among the Finns and related responses to familiar and unfamiliar foods. *Food Quality & Preference*, 12(1), 29–37. [10.1016/S0950-3293\(00\)00025-2](https://doi.org/10.1016/S0950-3293(00)00025-2)
- Tuorila, H. M., Meiselman, H. L., Cardello, A. V., Leshner, L. L. (1998). Effect of expectations and the definition of product category on the acceptance of unfamiliar foods. *Food Quality & Preference*, 9, 421–430. [https://doi.org/10.1016/S0950-3293\(98\)00012-3](https://doi.org/10.1016/S0950-3293(98)00012-3)
- Scherer, D., Attig, T. (1983). *Ethics and the Environment*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Schulze, M., Spiller, A., Risius, A. (2021). Do consumers prefer pasture-raised dual-purpose cattle when considering meat products? A hypothetical discrete choice experiment for the case of minced beef. *Meat science*, 177. <https://doi.org/10.1016/j.meatsci.2021.108494>
- SLU (2015). Insekter som livsmedel i Sverige. [Faktablad]. Sveriges Lantbruksuniversitet. https://www.slu.se/globalassets/ew/org/centrb/fu-food/publikationer/publikationer-fr-l/insekter-som-livsmedel_webb.pdf [2023-05-27]
- Svanberg, Ingvar & Berggren, Åsa. (2021). Insects as past and future food in entomophobic Europe. *Food Culture and Society An International Journal of Multidisciplinary Research*. [10.1080/15528014.2021.1882170](https://doi.org/10.1080/15528014.2021.1882170)

Bilaga 1 - Intervjumaterial

Följande information förmedlades till varje informant under intervjun:

- Insekter kan äta sådant vi inte kan äta, till exempel kompost, gamla grönsaker och andra rester. (Berggren et al. 2019).
- Insekter är lättare för människan att smälta än vegetabiliska livsmedel och innehåller mindre mängd fett än animaliska livsmedel. Forskare menar också att insekter är ett lika bra livsmedel, om inte bättre, än de proteinkällor som finns tillgängliga för humankonsumtion på marknaden idag. (Gjerris et al. 2016).
- De innehåller högre mängder av zink, järn och koppar än rött och vitt kött. (Ganguly & Moreno, 2021).
- Slakten går oftast till så att man fryser dem. Man kan också blanchera dem vilket innebär att man kokar dem snabbt. Det ska tilläggas att vi inte riktigt kan veta helt och hållet om hur insekterna uppfattar sin omgivning då det finns för lite forskning om detta ännu. Vi vet alltså inte till vilken grad de kan känna smärta. (Adamo, 2016).
- Insektsodling görs vertikalt och tar mycket liten plats i och med att det produceras på höjden.
- De är väldigt näringstäta vilket innebär att vi kan äta en liten mängd och få i oss det mesta vi behöver, vi behöver alltså tillsätta mindre mängd resurser för att få ut mer mat än till exempel rött kött. (Berggren et al. 2019), (Gjerris et al. 2016).

Bilaga 2 - Intervjufrågor

1. Hur väl var du informerad om ämnet är du just nu?
2. Äter du kött? Varför?
3. Vad är viktigt för dig när du väljer recept/vad du ska laga för mat?
Varför?
4. Vad är din inställning till insekter som livsmedel?
5. Skulle du kunna tänka dig att konsumera insekter? - Varför/varför inte?
6. Vad skulle kunna få dig att ändra uppfattning (om nej?).
7. Borde vi äta insekter? - Vilka aspekter tror du är viktiga att fundera på vid en etablering av insekter som livsmedel?
8. Hur ställer du dig i förhållande till: djur, insekter och natur/miljö som människa? Hur skulle du rangordna dessa enligt värde för dig?
9. Vilka levande varelser tycker du att man ska ta hänsyn till etiskt sett?

Publicering och arkivering

Godkända självständiga arbeten (examensarbeten) vid SLU publiceras elektroniskt. Som student äger du upphovsrätten till ditt arbete och behöver godkänna publiceringen. Om du kryssar i **JA**, så kommer fulltexten (pdf-filen) och metadata bli synliga och sökbara på internet. Om du kryssar i **NEJ**, kommer endast metadata och sammanfattning bli synliga och sökbara. Även om du inte publicerar fulltexten kommer den arkiveras digitalt. Om fler än en person har skrivit arbetet gäller krysset för samtliga författare. Du hittar en länk till SLU:s publiceringsavtal på den här sidan:

- <https://libanswers.slu.se/sv/faq/228316>.

JA, jag/vi ger härmed min/vår tillåtelse till att föreliggande arbete publiceras enligt SLU:s avtal om överlåtelse av rätt att publicera verk.

NEJ, jag/vi ger inte min/vår tillåtelse att publicera fulltexten av föreliggande arbete. Arbetet laddas dock upp för arkivering och metadata och sammanfattning blir synliga och sökbara.