



CAMPUS
HELSINGBORG

Institutionen för service management
och tjänstevetenskap

Examensarbete för kandidatexamen

Varför är du vegetarian?

En kvalitativ studie om att lära känna
konsumentgruppen vegetarianers motiv
för deras livsmedelsval

Isabella Björkman

Stina Svensson

Antal ord: 14 769 st

Gruppenr: 59

Handledare:
Malin Andersson

Examensarbete
VT 2020

Förord

Vi vill tacka samtliga respondenter för deras medverkan i denna studie och vår handledare Malin Andersson som givit oss värdefulla insikter och vägledning genom hela studiens process. Tack vare er medverkan möjliggjordes genomförandet av vår uppsats och kandidatexamen i Service Management.

Isabella Björkman & Stina Svensson

2020-07-28

Abstrakt

Olika motiv kan influera individen till att vilja bli vegetarian, men däremot kan olika individer motiveras av olika motiv (Rosenfeld & Burrow, 2017a:85). Denna studie undersöker och behandlar följande motiv: trend-, sociala-, konsumtionskultur-, etiska- och hälsomotiv. En kvalitativ metod har tillämpats och empirin samlades in genom semistrukturerade intervjuer med vegetarianer i Sverige som urval. Studien grundades i det teoretiska begreppet identitet för att förstå hur individens identitet kan forma valet till att börja och fortsätta följa en vegetarisk kosthållning. Utifrån empirin synliggjordes att sociala motiv, såsom individens närmaste umgängeskrets, visade sig ha störst inflytande över valet att bli och fortsätta vara vegetarian. Sociala sammanhang styr individens vilja att yttra sin kosthållning genom identiteten och en del är mer benägna att identifiera sig som vegetarianer än andra. Att vara vegetarian kan leda till en känsla av grupptillhörighet.

Nyckelord: Vegetarian, identitet, motiv, motivation.

Innehållsförteckning

1. Inledning	4
1.1 Bakgrund.....	4
1.2 Syfte.....	7
1.3 Frågeställning.....	7
2. Teoretisk referensram	7
2.1 Vegetarianism som en mattrend.....	7
2.2 Identitetens koppling till vegetarianism.....	8
2.3 Motiv bakom individens val av vegetariska livsmedel.....	11
2.3.1 Sociala motiv och dess inflytande över vegetarianer.....	12
2.3.1.1 Vegetariska livsmedel - en konsumtionskultur?.....	13
2.3.2 Etiska och moraliska motiv för vegetarianism.....	14
2.3.3 Äta vegetariska livsmedel på grund av hälsomotiv.....	15
3. Metod	16
3.1 Metodval.....	16
3.2 Semistrukturerad intervju och intervjuguide.....	17
3.3 Tabell av empirin.....	20
3.4 Urval av respondenter.....	20
3.5 Analysarbete.....	22
4. Analys av empiri	23
4.1 Identitet - att identifiera eller inte identifiera sig som vegetarian?.....	23
4.2 Vegetarianer motiveras av olika motiv.....	26
4.3.1 Sociala motivs inflytande på individens kosthållning och identitet.....	28
4.3.1.1 Kan en trendinfluera individens identitet och kosthållning?.....	32
4.3.1.2 Identifiera sig som vegetarian för att få ingå i en grupptillhörighet?.....	33
4.3.2 Identifiera sig som vegetarian på grund av etiska och moraliska motiv.....	36
4.3.4 Hälsan som motiv för att börja följa en vegetarisk kosthållning.....	38
5. Slutsats	40
6. Diskussion	43
6.1 Vidare forskning	45
7. Källförteckning	46
8. Bilagor	50
8.1 Intervjuguide.....	50
8.2 Missivbrev.....	54

1. Inledning

“Jag flyttade in till ett kollektiv där alla var vegetarianer och veganer. Då var det så att nämen jag testat, det var enkelt då liksom och så märkte jag att jag blev piggare, min mage blev bättre och då var det inte så svårt att fortsätta liksom” (Anton, respondent).

1.1 Bakgrund

Anton är en 30-årig man som har varit vegetarian i snart åtta år. Han är en av studiens tolv respondenter och han berättar att det var sociala motiv som motiverade honom till att vilja bli vegetarian. Anton upplevde efterhand att valet av en vegetarisk kost ledde till ett förhöjt hälsotillstånd vilket motiverade honom till att fortsätta äta vegetariska livsmedel.

“Människors omsorg om klimat, hälsa och djur driver proteinskiftet och det finns helt klart en positiv vegetarisk trend att ta tillvara”(Arkelsten, 2017). En trend är en rörelse som består av en långsam förändring och kan spridas genom social efterliknelse. Trender sitter djupt rotat i människans natur eftersom vi ofta blir inspirerade och strävar efter samma saker oberoende av vår sociala position (Paterson, 2018:26). Tidigare studier har gjorts om den vegetariska mattrenden som visar på att den har ökat och blivit alltmer populär bland konsumenter (Fan et al., 2019:468), vilket går samman med Arkelstens (2017) citat ovan. Vidare menar Rosenfeld och Burrow (2017a:79) att vara vegetarian och leva utifrån en vegetarisk kosthållning kan grunda sig i en djupare anledning för individen än bara vara en trend.

Enligt Sveriges riksdag (Arkelsten:2017) väljer allt fler svenskar att följa en vegetarisk kosthållning och Arkelstens (2017) reportage visar på att en trend har vuxit fram i Sverige under det senaste decenniet. Mul- och klövsjukan upptäcktes år 1959, vilket ledde till ökning av den vegetariska kosthållningen i Europa. På den tiden följdes en vegetarisk kosthållning främst ur en hälsoaspekt (Stein, 2004:1343). Nuförtiden kan en vegetarisk kosthållning följas på grund av andra motiv, såsom för djurens- och miljöns skull (Fan, Almanza, Mattila, Ge & Her, 2019:468). Den vegetariska trenden bidrar till att fler växtbaserade livsmedel konsumeras i Sverige och kött konsumeras därmed i mindre mängder (Fan et al., 2019:468). Enligt Paterson (2018:26) kan en trend inspirera individen till att vilja efterlikna andra människor oberoende av individens sociala

position. Vidare finns det olika motiv som kan motivera människors val av vegetariska livsmedel (Rosenfeld och Burrow, 2017a:85), exempelvis konsumtionskultur och etiska motiv (Williams, 2002:49-50).

Val av livsmedel har blivit ett sätt att uttrycka sin identitet enligt Rosenfeld och Burrow (2017a:80) medan Nezlek och Forestell (2020:46-47) menar att en social identitet skapas utifrån kosten. Samhället tillåter individen att ständigt skapa och forma sin egna identitet genom sina val (Giddens, 1996). Livsmedelsval kan förena individer med liknande livsmedels mönster (Nezlek & Forestell, 2020:46). Williams (2002:102-103) menar att dessa val kan vara symboliska för individens identitetsarbete och kan användas för att uttrycka en livsstil utåt mot andra människor. Att välja en viss vara kan leda till en konsumtionsgemenskap eftersom denna handling kan leda till att en känsla av tillhörighet kan uppstå (Östberg & Kaijser, 2010:89). Detta kan vara en anledning till att individer handlar för att uttrycka något mot andra människor för att få tillhöra en grupp (Östberg & Kaijser, 2010:72).

Människans val av varor har idag blivit ett tillvägagångssätt för att uttrycka sig själv och sin identitet (Östberg & Kaijser, 2010:56-57). Konsumtion av livsmedel kan användas för att skapa och vidmakthålla identitet (Nezlek & Forestell, 2019:45). Därför blir individens handlingsmönster viktigt utifrån ett Service Management perspektiv eftersom valet av konsumtion uppvisar en slags identitet och signalerar individens tillhörighet. Det blir av betydelse för aktörer inom livsmedelsbranschen att känna till en allt ökande konsumentgrupp för att kunna möta efterfrågan om vad som eftertraktas bland dessa grupper (Grönroos, 2015). Genom att lära känna gruppen vegetarianers behov kan efterfrågan bemötas och på så sätt möjliggöra att tillgodose konsumentens behov. Tidigare forskning om konsumtion visar att det kan ses som en meningsskapande aktivitet när konsumenterna uttrycker sin identitet och livsstil (Kozinets & Handelman, 2004). Att synas och vara någon har blivit allt viktigare, vilket gör att varor används för att andra människor tydligt ska kunna tolka och lägga märke till en (Paterson, 2018:46).

Det råder en brist bland forskningen kring vegetarianers olika motiv som finns till grund för att följa en vegetarisk kosthållning och det behövs därmed fler etablerade studier som undersöker olika motiv för att bli och vara vegetarian (Plante, Rosenfeld, Plante & Reysen, 2019:8). Plante et al. (ibid.) poängterar vikten av att undersöka individens motiv för att kunna synliggöra bakomliggande motiv som kan leda till valet av en vegetarisk kosthållning och hur individens livsmedelsval kan forma identiteten. Hoffman, Stallings, Bessinger och Brooks (2013:143) föreslår att framtida forskning kan undersöka identitetsarbete bland individer som väljer vegetarisk mat. Genom att skapa förståelse för vegetarianers val av livsmedel kan det generera i värdefulla insikter hos individen och dess handlingsmönster. Nezlek och Forestell (2019:48) förespråkar att det behövs mer kännedom om vilka möjliga motiv det finns för att vara vegetarian eftersom dessa motiv kan leda till olika handlingsmönster hos individen. Författarna menar att motiven för att vara vegetarian kan skilja sig åt bland vegetarianer trots att de följer samma kosthållning (ibid.). Beardsworth och Keil (1992) anser att studera vegetarianers val av mat kan skapa en viktig inblick i individens efterfråga av livsmedel och näringsbehov.

Det blir intressant i denna studie att granska bakomliggande motiv som formar människors val till att börja följa och fortsätta vidhålla en vegetarisk kosthållning. Det har tidigare gjorts studier på olika motiv för att bli vegetarian, men det finns endast begränsad forskning om sociala motiv som kan forma individens val till att börja och fortsätta följa en vegetarisk kosthållning i förhållande till individens identitet. Konsumentgrupper som följer en specifik kosthållning signalerar ett visst budskap utåt genom deras handlingsmönster. Det kan därför bli problematiskt för organisationer att inte veta vad den ökande konsumentgruppen vegetarianer efterfrågar eftersom deras livsmedelsval beror på deras bakomliggande motiv till att börja följa en viss kosthållning. Genom att titta på det teoretiska begreppet identitet inom fenomenet vegetarianism kan individens motiv och motivation till att äta en vegetarisk kost synliggöras. Detta kan bidra till att organisationer kan använda sig utav denna kunskap för att skapa förståelse för hur denna ökande konsumentgrupp resonerar kring sin kosthållning och varför de gör sina livsmedelsval. Vidare föreslår Rosenfeld och Burrow (2017b:460-461) att framtida studier kan ställa direkta

frågor till respondenterna om vilka motiv som motiverar de till att bli vegetarianer för att få en inblick i deras vegetariska identitet.

1.2 Syfte

Syftet med denna uppsats är att förstå hur olika motiv kan motivera valet till en vegetarisk kosthållning. Studien grundas i det teoretiska begreppet identitet för att förstå hur detta begrepp kan forma individens val till att börja följa och fortsätta vidhålla en vegetarisk kosthållning samt skapa förståelse för hur dessa val kan prägla individens identitet.

1.3 Frågeställning

1. Vilka motiv motiverar individen för att bli vegetarian och fortsätta vidhålla denna kosthållning?
2. Hur kopplas dessa livsmedelsval till individens identitetsarbete?
3. Vilken koppling finns mellan individens identitetstillhörighet och den vegetariska kosthållningen?

2. Teoretisk referensram

Inledningsvis redogör detta kapitel för mattrenden inom vegetarianism för att ge läsaren en inblick inom studiens ämnade område. Relevanta teorier inom identitet kommer att presenteras för att ge stöd till olika motiv som kan motivera individen till att vilja bli och fortsätta vara vegetarian.

2.1 Vegetarianism som en mattrend

En kosthållning består av individens matvanor vilket innebär att kosten anpassas genom att utesluta vissa livsmedel utefter etiska- eller hälsomotiv (Cabral, Cunha & Vax de Almeida (2019). Vegetarianism är en plantbaserad kosthållning vilken innebär avståndstagande från köttbaserade livsmedel (Rosenfeld & Burrow, 2017a:79). Vi har valt att använda oss av begreppet vegetarianism i denna studie, vilket syftar till att individen följer en vegetarisk kosthållning. En del vegetarianer väljer att inkludera ägg och mjölkprodukter i sin kost medan

andra väljer att utesluta det helt (Rosenfeld & Burrow, 2017a:79). Individer som identifierar sig som vegetarianer kan skapa en social identitet utifrån sin kosthållning (Nezlek & Forestell, 2020:46-47). Vegetarianer kan tänka på sig själva på ett visst sätt och kan samtidigt ses av andra på ett annat sätt. Deras jag som vegetarian är en social och intern representation och blir därför mer än bara en viss kosthållning (ibid.). Denna teori går samman med det Rosenfeld och Burrow (2017a:79-80) menar med att en del människor kan använda sig av en vegetarisk kosthållning utan att se sig själva som vegetarianer. Enligt författarna (2017a:87-88) är inte alla vegetarianer villiga att bli definierade eller kategoriserade som vegetarian bland andra människor. Detta eftersom somliga vegetarianer bryr sig om hur andra ska uppfatta de och är rädda för att bli kategoriserade mot deras egna vilja (ibid.). För vegetarianer med en huvudsakligen bestående umgängeskrets av allätare tenderar att utsättas för sociala påfrestningar i form av ifrågasättande jämfört med de vegetarianer varav majoriteten av deras umgängeskrets består av vegetarianer (Rosenfeld, Rothgerber & Tomiyama, 2020:3). Vidare menar Rosenfeld (2019:40) att människans matvanor är sammanflätade med individens identitet eftersom valet av livsmedel formar hur andra människor uppfattar vem individen är.

2.2 Identitetens koppling till vegetarianism

Det finns delade meningar om vad identitet egentligen innebär. Några teorier anser att identitet skapas av genetisk arv medan andra teorier menar att den formas av sociala samt kulturella faktorer (Östberg & Kaijser, 2010:72). Identitet är enligt Alvehus och Jensen (2015) inte något som kan förstås på individuell nivå utan det är något som uppstår mellan människor. Identitet skapas och omskapas ständigt kontinuerligt enligt Giddens och Birdsall (2003) eftersom den moderna verkligheten tvingar individen att ta beslut om vem man vill vara i olika sociala situationer. Det omgivande samhällets värderingar, normer och kunskaper bidrar till att individen går igenom en process av socialisation (Alvehus & Jensen, 2015). Vem du tror att du är indikerar på din identitet och det är vanligt att individer sätter upp en ideal livsstil som ska försöka följars för att skapa den identitet som de står för (Paterson, 2018:42). Enligt Giddens och Birdsall (2003) finns två typer av identitet: personlig och social identitet. Personlig identitet innebär hur individen uppfattar sig själv och formas av våra andra identiteter och beteenden. Varje individ har en uppfattning om vem de är och inte är som person varav denna uppfattning speglar hur

deras personliga identitet upplevs (Hitlin, 2003:120, 122). Vidare är samspelet mellan individen och samhället en central aspekt när individens personliga identitet identifieras (Williams, 2002:74). Genom att visa var och hur vi bor, hur vi klär oss och våra fritidsintressen kategoriserar vi oss själva och andra människor (Östberg & Kaijser, 2010:88). Detta kan leda till utsträckningen för hur individen uttrycker sig att vara vegetarian varierar. En del vegetarianer föredrar att endast identifiera sig till sitt val av kosthållning, medan andra individer ser vegetarianism som ett kännetecken för deras självkänsla (Rosenfeld & Burrow, 2017a:80). Vegetarianism kan upplevas vara ett starkt särdrag för individens identitet i den utsträckning att självkänslan utvecklas och bedöms utifrån attributet. Genom att äta en vegetarisk kosthållning formar det individens sociala identitet och kan även influera individens tro, värderingar och välmående (Nezlek & Forestell, 2020:45). Detta kan liknas med det Soneryd och Ugglå (2011:51) menar med att livsstilen skapar olika uttrycksmöjligheter och värderingar som markerar vad individen står för.

Den sociala identitetsteorin innebär att människor kategoriserar sig själv till andra grupper av människor varav kategoriseringen leder till att människor tänker på individer i förhållande till deras sociala identiteter, även kallat gruppmedlemskap (Nezlek & Forestell, 2020:45). Social identitet består av hur människor definierar sig själva i relation till den grupp de vill tillhöra. Författarna menar att identitet är socialt skapad och att den kan vara föränderlig eftersom en individ kan ha flera olika identiteter samtidigt. Exempelvis kan individen se sig själv som en vegetarian, en mamma och en snickare samtidigt (ibid.). Vidare menar Williams (2002:81) att individer har en föreställning om vem de är eller vem de vill vara. Vårt jag formas alltid av sociala faktorer och den miljö vi befinner oss i, vilket gör att vi alltid är öppna för nya uttryck som kan ha inverkan på oss i våra val. Människors självuppfattning fastställs utifrån hur de ser på sig själva och identitetsarbetet kan ses som en social process när de definierar vem de är i relation till andra (Douglas & Isherwood, 1996). Den sociala identiteten reflekterar i individens önskan av att identifieras med en social grupp eftersom individen kan uppleva att gruppen ger positiva och potentiella fördelar för den egna självkänslan (Nezlek & Forestell, 2020:47).

Majoriteten av vegetarianer uppger sig själva motiveras av en kombination av olika motiv för att vilja följa en vegetarisk kosthållning (Nezlek & Forestell, 2020:46). Att följa en vegetarisk kosthållning behöver dock inte innebära att individen identifierar sig själv som vegetarian utan kan istället vilja identifiera sig endast som en person som väljer att exkludera köttbaserade livsmedel i sin kost (ibid.). Individen kan använda ord och handlingar som verktyg för att uttrycka sin identitet (Cronin et al., 2014) eftersom dessa val kan användas för att uttrycka sina personliga värderingar mot andra människor (Paterson, 2018:28-29). Campbell (2005:39-40) anser att människors val av varor används på uttrycksfulla och kreativa sätt som rekvisita för att uttrycka deras egna jag. Individen kan besitta flera identitetsroller samtidigt (Williams, 2002:81) och valet av varor kan ses som en meningsskapande aktivitet när individen väljer att uttrycka sin identitet och livsstil genom att följa trender (Kozinets & Handelman, 2004).

Individen kan göra olika val för att antingen likna andra människor eller göra sig mindre lik de. Hur individer handlar kan användas för att identifiera sig med andra likasinnade individer eftersom det finns ett begär och en önskan om att vara lik dessa (Elliott & Wattanasuwan, 1998). Genom att bli medveten om vilka signaler varor uttrycker i samhället kan individen använda denna förståelse för att visa andra människor vem man är. Med andra ord kan valet av livsmedel användas för att signalera och ge uttryck för sin identitet (Östberg & Kaijser, 2010:79-82). Genom att uttrycka sin livsstil med hjälp av varor definierar individen sig mot andra vem den är och inte är (Paterson, 2018:46). Detta går samman med Williams (2002:96) teori eftersom han menar att livsstilen kan användas för att uttrycka sina kulturella värderingar genom valet av mat och dryck. Livsmedelsval kan föra människor samman med varandra genom att besitta liknande matvanor eftersom människors liknande tro och värderingar gällande livsmedel länkas samman genom den personliga och sociala identiteten (Nezlek & Forestell, 2020:46). Granfeldt (2014:301) skriver att faktorer som avgör vad vi väljer att äta är beroende av våra tillgångar, förutsättningar för att införskaffa livsmedel samt kunskapen om dessa. Eftersom livsmedel intas dagligen av människor har det skapat möjligheten att använda livsmedel som en särprägel i form av att uttrycka sig. Alla människor behöver äta för att överleva och vad vi äter blir därmed en kraftfull symbol för vem vi är (Cronin et al., 2014). Livsmedelsval kan vara ett sätt för människor att uttrycka deras ideal och identiteter (Nezlek & Forestell, 2020:46). Att vara

vegetarian innebär att flera gånger dagligen göra medvetna livsmedelsval varav dessa val leder till ständigt skapande av den sociala identiteten (Rosenfeld & Burrow, 2017a:79). Cronin et al. (2014) menar att det är genom vardagliga handlingar såsom val av livsmedel som bidrar till att större förståelse för konsumtionskulturen skapas.

Samtliga ovanstående identitetsteorier har valts ut eftersom dessa perspektiv anses vara relevanta för att förstå hur identitet kan kopplas till vegetarianism samt för att skapa förståelse för hur individen motiveras utifrån sina motiv för deras livsmedelsval.

2.3 Motiv bakom individens val av vegetariska livsmedel

Motiv och motivation kan ses som tillhörande begrepp till varandra men de har olika betydelse. Motiv är en orsak bakom ett visst beteende eller handling som individen utgår ifrån (Hopwood, Bleidorn, Schwaba & Chen, 2020) medan motivation är ett komplext begrepp eftersom flera motiv spelar in och formar beslutet, vilket blir synligt vid individens val av varor (Williams, 2002:69-71). Valen grundar sig i olika skäl vilka skapas av ett motiv. Motiv grundar sig i orsaken bakom varför ett visst val görs medan motivation driver handlingsprocessen framåt. Motivation är en inre drivkraft och influerar varför en del människor väljer en viss vara medan andra människor väljer en annan vara (Hopwood, Bleidorn, Schwaba & Chen, 2020). Vad som motiverar individens val av livsmedel kan vara allt från pris och lokalisering till utbud och etiska motiv (Williams, 2002:69-71). Rosenfeld och Burrow (2017a:85) ser även motivation som en drivkraft och menar att den styr individens val av livsmedel. Författarna menar att två individer kan välja samma livsmedel vars bakomliggande beslut kan baseras på olika motiv (ibid.), varav det här synsättet blir relevant för att förstå att olika bakomliggande motiv kan stimulera valet till att bli och fortsätta vara vegetarian (Rosenfeld & Burrow, 2017a:85). Enligt Fan et al. (2019:468) styr motivation bakomliggande motiv vilka formar individens handlingar. Vidare kan individens motivation vara moralisk, vilket innebär att den styrs utifrån individens tankesätt kring vad som anses vara rätt och fel att göra i olika kontexter (Manyukhina, 2017:605). Individen influeras av inre faktorer, såsom minne och tidigare upplevelser, men även av motivation och livsstil (Williams, 2002:49-50).

Genom att urskilja individens motiv till att vara vegetarian från personligt perspektiv, moraliskt perspektiv och för samhällets skull kan underliggande drivkrafter till vegetarianism synliggöras. Rosenfeld och Burrow (2017a:85) menar att alla tre perspektiven kan tillsammans vara bakomliggande motiv, men även att det ena motivet kan vara mer övervägande än den andra. Att basera sina livsmedelsval utifrån ett personligt perspektiv innebär att tillgodose sina egna begär och behov medan moraliska perspektivet betyder att individen väljer livsmedel utifrån sin moral och värderingar. Individens val sker för samhällets skull och sker med syfte att göra rätt och skapa nytta för andra (ibid.). Med hänsyn till de olika motiven av motivation som finns kommer vi således att utgå från dessa livsmedelsval vilka blir ett verktyg för att förstå analyseringen av motiven. Enligt Nezlek och Forestell (2020:45) finns det två kategorier som motiverar individen till att bli vegetarian. Den första kategorin väljer att avstå från köttbaserade livsmedel eftersom det inte finns tillgängligt eller är för dyrt. Den andra kategorin vill skapa en social identitet genom att tillhöra en grupp som besitter delade uppfattningar om att välja köttbaserade livsmedel (ibid.).

2.3.1 Sociala motiv och dess inflytande över vegetarianer

Motiv kan forma individens val av kosthållning (Rosenfeld & Burrow, 2017a:80) vilka kan bestå av individens umgänge, kultur och sociala situationer (Williams, 2002:49-50). Sociala sammanhang och tillgänglighet av dessa livsmedel kan sätta individens hängivenhet till kosthållningen på prov och hur starkt de identifierar sig med den (Rosenfeld & Burrow, 2017a:80). Tillgångar av resurser, såsom individens ekonomiska kapital och kunskapsfärdigheter, är bidragande faktorer till individens grupptillhörighet. De resurser vi besitter blir avgörande för våra intressen och vilka vi delar dessa med (Edling & Liljeros, 2016:13). Individen kan influeras av sociala motiv och samhället (Solomon, Bamossy, Askegaard, & Hogg, 2010). Enligt Soneryd och Ugglå (2011:58) kan individen ses som fri och ansvarsfull konsument och det är upp till varje individ att ta ansvar för sina val av varor eftersom människor ständigt utsätts för frestelser. Individer blir influerade av andra människor som de interagerar med varav inflytandet bland individer kan ge avtryck i varandras val av varor. Inflytandet formar den befintliga norm och standard som finns inom en grupp varav individens

val av varor blir dömt utifrån sitt handlingsmönster (Williams, 2002:120).

Människor och sociala motiv kan delas in i olika referensgrupper. Den primära gruppen består av de människor som står individen närmast varav individerna inom gruppen strävar mot att efterlikna varandra, vilket kan leda till att strävan styr individens val av varor. Detta eftersom en viss vara kan resultera i medlemskap i den eftersträvade gruppen (Williams, 2002:121). Människans uppväxt påverkar och formar individen varav dessa beteendemönster kan prägla individen livet ut. Familjer delar vanligtvis större delen av hushållens konsumtion, vilket gör att individens faktorer som motivation, intresse och attityd, influeras av familjen (Williams, 2002:129). Vidare menar Rosenfeld och Burrow (2017b:87-88) att vegetarianer tenderar att känna sig begränsade gällande matutbudet i sociala sammanhang, vilket kan leda till att de frångår sin kosthållning.

2.3.1.1 Vegetariska livsmedel - en konsumtionskultur?

Mat och dryck har alltid varit nära relaterat till kultur (Williams, 2002:95-97). Kultur influerar människors tro och värderingar och kan ses som en reflektion av samhällets delade normer och traditioner (Paterson, 2018:61). Beroende på vilken kultur vi tillhör har den stort inflytande på våra val av varor (Williams, 2002:96) eftersom kulturen influerar både beteende och attityder, såsom valet av livsmedel. Värderingar formar vårt handlingsmönster och kulturella värderingar kan förändras med tiden eftersom kulturen är dynamisk. Kulturella värderingar skapas redan vid människans uppväxt och lär individen vilka livsmedel som anses vara rätt och fel att välja (Williams, 2002:99-100). När kultur skapas inom en grupp förstår gruppmedlemmarna vad kulturen innebär och tar därmed efter den, medan de människor som inte ingår i gruppen har en liten eller mindre förståelse för hur gruppulturen fungerar (ibid.). Genom att besitta gemensamma åsikter skapar det stolthet och tillfredsställelse vid uppvisande av kulturella värderingar samtidigt som det visar på differentiering mot andra människor som inte delar dessa gemensamma åsikter (Cronin et al., 2014). Att medvetet välja en viss typ av vara kan leda till en konsumtionskultur och en känsla av tillhörighet kan uppstå (Muniz & O'Guinn, 2001). Tillhörighet kräver dock ett slags arbete och är inte något som kommer automatiskt eftersom det utförs både av individen och dess omgivning (Alvehus & Jensen, 2015). Det är inte de fysiska

träffarna som blir väsentliga för gemenskapen, utan istället identiteten och den gemensamma meningen om varorna som för människor samman (Muniz & O'Guinn, 2001). Att uppleva en känsla av tillhörighet kan innebära att individen identifierar sig med något, samtidigt kan identitet innebära att identifiera sig bort från något (Alvehus & Jensen, 2015). Samhället styr och lägger värderingar i olika varor och en sorts vara kan anses vara bättre än en annan enligt konsumtionskulturen. Varor är därför väsentliga brickor i samhällets identitetsspel som vi människor tillhör och ständigt är involverade i (Östberg & Kaijser, 2010:113).

2.3.2 Etiska och moraliska motiv för vegetarianism

Tidigare studier visar på att majoriteten av människor som väljer att bli vegetarianer motiveras utifrån deras tro på djurens rättigheter och engagemang för miljön (Manyukhina, 2017:605) vilket går samman med Rosenfeld och Burrows (2017a:85-86) teori att individens val av livsmedel kan baseras på etiska motiv. Vegetarianer som handlar utefter etiska motiv beskriver vegetarianism som en livsstil och inte bara en kosthållning. Vidare sker etiska val när individen är kunnig och engagerad över samhällets sociala problem och miljön (Schoolman, 2019:669). Enligt (Manyukhina, 2017:597) finns ett samband mellan etiska val och känslan av att göra rätt eftersom människor gör val ur etiska och moraliska synvinklar för att inte bidra till skada på miljön. Chowdhury (2019:599) fann även detta samband i deras studie vilken visade på att individer som reflekterade över deras val av varors skada på miljön var positivt relaterat till individens känsla av att uppleva sig göra rätt. Detta kan efterliknas med vad Schoolman (2019:685) menar med att känna sig nöjd. Genom att individen lär sig att känna efter hur köp av etiska produkter känns kan det påverka deras känsla av att känna sig nöjd och tillfredsställd med sig själv. Individens sätt att välja varor kan influeras genom strävan efter etiska val för att uppnå den tillfredsställande känslan (ibid.). Att göra rätt val innebär enligt Chowdhury (2019:589) att agera ur ett rättvist perspektiv för samhällets skull. Vegetarianer som drivs av etiska perspektiv gällande sina livsmedelsval tenderar att besitta hög motivation att agera för samhällets skull (Manyukhina, 2017:609).

Inom fenomenet vegetarianism handlar moralisk motivation om vilka anledningar som anses vara rätt och fel för att vara vegetarian (Rosenfeld & Burrow, 2017a:86). Vegetarianers

livsmedelsval grundar sig i individens moraliska motivation vilken syftar till att ha minimalt inflytande på den globala miljön (Fan et al., 2019:470). Moralisk motivation skiljer sig gentemot etisk motivation eftersom etisk motivation består av specifika motiv till varför en individ väljer att vara vegetarian medan den moraliska motivationen syftar mer i vilken utsträckning moralen formar individens motiv och tro vid valet av att vara vegetarian. Enligt Manyukhina (2017:609) handlar moralisk motivation om individens vilja att prioritera etiska val framför deras egna begär och behov. Genom att förstå individens moraliska motivation kan detta skapa en inblick i vegetarianens identitet (Fan et al., 2019:470). När det gäller etiskt motiverade vegetarianer blir det viktigt för de att övertyga allmänheten om att det finns substitut som ersätter köttkonsumtionen. Genom att övertyga andra individer om köttsubstitut skapar det förutsättningar för dessa individer att avstå helt från specifika konsumtionsobjekt (Neo, 2016:209-210), i detta fall val av köttbaserade livsmedel.

2.3.3 Äta vegetariska livsmedel på grund av hälsomotiv

Den individuella hälsan kan motivera individen till att bli och fortsätta vara vegetarian. De flesta valen baseras utifrån individens etiska tro, oro över människans avtryck på miljön eller medvetenhet om hälsan (Fan et al., 2019:468). Människan kan välja att vara vegetarian för den individuella hälsans skull, men även för att vilja föregå med gott exempel bland andra människor i hopp om att samhällets generella hälsa ska förbättras (Rosenfeld & Burrow, 2017b:459). Hopwood, Bleidorn, Schwaba och Chens (2020) studie undersökte tre motiv till att följa en vegetarisk kosthållning, vilka var hälsan, miljön och djurens rättigheter. Studiens resultat visade att hälsan var alltmer vanligt förekommande som motiv till att börja äta och fortsätta följa en vegetarisk kost. Fox och Wards (2008) menar dock att hälsan sällan är en ensamstående anledning, utan andra motiv såsom miljön spelar även roll vid valet att bli och vara vegetarian. Fan et al. (2019:477) förklarar hur pass starkt engagemang vegetarianer känner till deras kosthållning varierar beroende på vilket bakomliggande motiv som motiverar deras beslut. De människor som väljer att äta vegetarisk kost på grund av medicinska motiv tenderar att vara mindre hängivna till sin kosthållning än de personer som äter vegetarisk mat för djurens rättigheter eller miljöns skull (ibid.). Samtidigt menar Rosenfeld och Burrow (2017a:86) att

endast äta vegetariskt för hälsans skull anses inte vara tillräckligt som motiv, utan det måste finnas djupare bakomliggande motiv såsom för samhällets skull för att individen ska få klassas som vegetarian. Även Fox och Wards (2008) studie visade att hälsan är ett motiv för att bli vegetarian, vilket kan grunda sig i en bättre upplevd hälsa och för att minska risken att bli sjuk. Veronese och Reginster (2019:756) menar att förebygga övervikt är en av de viktigaste hälsoeffekterna av att följa en vegetarisk kosthållning.

3. Metod

I följande kapitel kommer den valda metoden för studien att beskrivas samt motiveras. Efter metodval presenteras intervjumetoden, den empiriska insamlingen samt urval av respondenter. Avslutningsvis presenteras studiens analysarbete.

3.1 Metodval

Utifrån studiens syfte har vi valt att grunda vår undersökning i en kvalitativ forskningsstrategi. Denna strategi bygger på en mellanmänsklig interaktion och ger en mångsidig bild av respondentens livsvärld (Kvale & Brinkmann, 2014:28). Vårt val av tillvägagångssätt tog utgångspunkt i ett tolkande perspektiv och därför har vi varit medvetna om att personliga reflektioner och förförståelse har en betydande roll för hur analysen har tagit form och därmed påverkat resultatet. Utifrån detta prioriterade vi, som intervjuare, en stark objektiv syn under hela studiens gång, vilket Bryman (2018) benämner som möjligheter för att kunna styrka och bekräfta studien. I undersökningen kan vår objektivitet utläsas genom att vi strävade efter att uttrycka frågorna neutralt, undvika att ställa ledande frågor och inte delge våra personliga åsikter och värderingar. Detta för att skapa förutsättningar för respondenten att känna sig trygg och bekväm.

Kvalitativ forskning bidrar med en nyanserad förståelse eftersom varje individ uppfattar och tolkar situationer olika (Bryman, 2018), vilket leder till att en bredare förståelse kan införskaffas för motiven som studien ämnar att undersöka. Eftersom målet är att skapa djup i svaren från respondenterna blir en kvalitativ forskningsstrategi mest relevant för denna studie. I vår kvalitativa undersökning har ett konstruktionistisk kunskapssynsätt använts. Detta perspektiv blir

relevant för vår studie eftersom vi vill titta på vilka bakomliggande motiv som motiverar individen till att bli och fortsätta vara vegetarian. Perspektivet handlar om att kartlägga, uppleva och förstå hur olika individer upplever världen runt omkring sig (Bryman, 2018). För att förstå varför individen gör sina val blir det fördelaktigt att genomföra kvalitativa intervjuer. Vår mätning bygger på en subjektivistisk epistemologi, vilket enligt Bryman (2018) handlar om att förstå människor i samhället och varför deras handlingsmönster ser ut som de gör. Motiv kan forma människors val av varor (Williams, 2002:69-71) och ett subjektivistiskt kunskapssynsätt blir därför intressant för denna studie för att skapa förståelse för hur människors motiv kan forma deras handlingar genom att följa en viss kosthållning. För att öka studiens pålitlighet har vår handledare haft en roll som utomstående granskare för att säkerställa att forskningsprocessen följs samt att de teoretiska slutsatserna som framförs är välmotiverade.

3.2 Semistrukturerad intervju och intervjuguide

Kvalitativa intervjuer belyser respondentens synsätt och uppfattning. En semistrukturerad intervju blev därför lämplig för denna studie eftersom intervjumetoden ger respondenten större frihet att utforma sina egna svar (Bryman, 2018). På grund av rådande omständigheter med Covid-19 genomfördes sju stycken av intervjuerna via telefon och resterande i personligt möte. Telefonintervjuer kan hämma tolkningen av respondenternas svar eftersom kroppsspråket utesluts, däremot kan det samtidigt underlätta för respondenten att ställa och svara på känsliga frågor via telefon eftersom ingen fysisk interaktion sker (Bryman, 2018). Vad som även bör tas i beaktning är att det alltid finns en relation mellan det förflutna och nuet eftersom tankar och värderingar från förfluten tid lever kvar idag som erfarenheter (Dovelius, 2000). Dovelius (ibid.) skriver att återblickande frågor bör användas och tolkas med varsamhet eftersom människor kan i efterhand glömma saker. Att knyta an intervjufrågorna till konkreta erfarenheter, händelser eller tidpunkter kan skapa trovärdighet för studien eftersom respondenterna minns deras beslut för att bli vegetarian. Genom att även ställa uppföljningsfrågor gav det respondenten flexibilitet vid utformandet av sina svar, vilket präglade intervjuernas skepnad. Under intervjuerna lyssnade vi aktivt på respondenterna och ställde följdfrågor med strävan om att förstärka deras uttalande om deras upplevelse. Detta ledde till att en del strukturerade frågor blev besvarade tidigare än deras

tänkta följdordning i intervjuguiden, vilket vi förhöll oss flexibla till när dessa situationer uppstod. Flexibiliteten gav respondenten utrymme till att besvara frågorna självständigt och beskriva sin motivering utförligt. Genom att noga överväga respondenternas svar och tolkningen av dessa visar det på en strävan efter att skapa trovärdighet för studien. Genom tolkning kan sociala interaktioner förstås på ett djupare plan (Rennstam & Wästerfors, 2015:13) samtidigt som risken att en felaktig tolkning kan uppstå. Under analysarbetet av empiriinsamlingen var vi medvetna om vår förförståelse vid tolkning av intervjuerna genom att försöka bibehålla ett transparent perspektiv mellan respondenternas uttalande och tolkning av svaret. Studiens centrala begrepp togs upp som huvudteman i intervjuguiden för att skapa struktur i intervjun. Genom att lyfta fram centrala begrepp samtidigt som tillvägagångssättet beskrivs på ett utförligt sätt ger det möjlighet för andra att utföra en liknande studie med andra motiv. Dessa handlingar bidrar till att överförbarhetskriteriet uppfylls enligt Bryman (2018).

En intervjuguide skapades för att bibehålla en viss struktur under intervjun och för att undvika frånga studiens syfte. Intervjuguiden bidrar till ett nyanserat perspektiv över forskningsläget samtidigt som utrymme skapas för en förståelse av respondentens upplevelse (Kvale & Brinkmann, 2014:72). Varje intervju inleddes med frågor om respondentens personliga bakgrund och deras synsätt på konsumtion. Därefter ställdes frågor om deras syn på identitetsarbete och hur de tror att trenden har format deras konsumtionsval av livsmedel. Slutligen behandlades etikfrågor för att få en inblick i respondentens syn på moral och etik. Vid utformning av intervjuguiden formulerades direkta frågor för att undvika diffusa svar om respondentens huvudsakliga motiv för att bli och fortsätta vara vegetarian. Eftersom studiens trovärdighet ökar vid genomförande av pilotintervju (Bryman, 2018) valde vi att använda det för att säkerställa intervjuguidens kvalitet och tydlighet. Efter pilotintervjun insåg vi att det fanns frågor som kunde förtydligas vilket åtgärdades för att matcha dessa med studiens syfte. Eftersom insamlad empiri bestod mestadels av telefonintervjuer insåg vi att det var lämpligast att utföra intervjuerna enskilt med respondenten för att undvika kommunikationssvårigheter i form av avbryta varandra, vilket ledde till ett flyt i dialogen. För att säkerställa att vi hade tillräckligt med insamlat material för att utforma en gedigen undersökning genomfördes tolv intervjuer. Utifrån hur utförligt respondenterna valde att svara varade intervjuerna mellan 39 - 95 minuter i längd. Vi är dock

medvetna om att hela samhället inte kan generaliseras utifrån ett fåtal intervjuer eftersom Bryman (2018:496-497) påpekar att en kvalitativ studie inte kan generaliseras till en hel population. Däremot kunde de semistrukturerade intervjuernas fria och flexibla karaktär leda till en uppnådd mättnad av empiri vilket gjorde att studien kunde generaliseras i en viss utsträckning. Generaliserbarheten omfattade dock endast svenskar inom åldersgruppen 23 - 70 år.

3.3 Tabell av empirin

Respondenternas namn och arbetsplats har ändrats för att skydda deras integritet.

Studieobjekt:	Kön:	Ålder:	Tid:	Datum:	Möte:	Tidslängd som vegetarian:	Sysselsättning:	Intervjuplats:
Emma	Kvinna	25 år	47 min	2020-04-14	Personligt	5 år	Student & receptionist	Campus, Helsingborg
Ronja	Kvinna	23 år	55 min	2020-04-14	Personligt	4 år	Student	Campus, Helsingborg
Lisa	Kvinna	25 år	53 min	2020-04-14	Personligt	5 år	Biträdande restaurangchef & student	Campus, Helsingborg
Anton	Man	30 år	40 min	2020-04-15	Telefonintervju	8 år	Tekniker	Intervjupersons lägenhet
Elise	Kvinna	23 år	45 min	2020-04-29	Telefonintervju	10 år	Student	Intervjupersons lägenhet
Matilda	Kvinna	26 år	39 min	2020-04-17	Telefonintervju	2 år	Lagerarbetare	Intervjupersons lägenhet
Elsa	Kvinna	35 år	46 min	2020-04-20	Telefonintervju	16 år	Personlig assistent	Intervjupersons lägenhet
Sofia	Kvinna	23 år	53 min	2020-04-19	Personligt	3 år	Arbetsledare på lager	Intervjupersons lägenhet
Frida	Kvinna	23 år	48 min	2020-04-19	Personligt	4 år	Elevassistent	Intervjupersons lägenhet
Tim	Man	23 år	44 min	2020-04-20	Telefonintervju	3 år	Student	Intervjupersons lägenhet
Anki	Kvinna	53 år	42 min	2020-04-20	Telefonintervju	36 år	Restaurangägare	Intervjupersons lägenhet
Otto	Man	70 år	95 min	2020-04-27	Telefonintervju	50 år	Pensionär	Intervjupersons lägenhet

3.4 Urval av respondenter

Vi använde oss av ett målstyrt urval eftersom problemformuleringen och frågeställningarna är inriktade på människor som följer en vegetarisk kosthållning. Ett målstyrt urval syftar inte till att deltagarna väljs slumpvis utan urvalet väljs avsiktligt (Bryman, 2018). Människor som är

vegetarianer valdes som respondenter för att styrka studiens relevans och möjlighet till att besvara frågeställningarna. Vi kontaktade till en början vänner och bekanta som var vegetarianer vilket innebar att urvalet blev ett stratifierat målstyrt sådant och det bidrog till att det insamlade materialet blev representativt för studiens syfte. Detta antal intervjuer räckte inte och vi valde därför att fråga respondenterna om de kunde rekommendera andra vegetarianer som kunde tänka sig att delta i vår studie. Detta kan ses som ett snöbollsurval, vilket inte är ett sannolikhetsurval eftersom valet av respondenter var påverkat vid studiens undersökning (Bryman, 2018:504). Under urvalsprocessen strävade vi mot att välja respondenter som speglade variationen i ursprungs gruppen bland vegetarianer. Detta visade sig vara en utmaning eftersom vår umgängeskrets består främst av kvinnor i åldersgruppen 20-30 år, vilket majoriteten av respondenterna ingick i. Vidare blev de utvalda respondenterna analysenheter för vår studie med strävan efter att deras svar skulle skapa förutsättningar för att kunna besvara forskningsfrågorna och studiens syfte.

Inom samhällsvetenskaplig forskning finns etiska principer som gäller för samtliga inblandade under en intervjuprocess för att säkerställa att respondenterna behandlas på ett rättvist och etiskt sätt (Kvale & Brinkman, 2014:323). För att leva upp till informationskravet fick respondenten ett missivbrev innan intervjun skulle genomföras för att bli informerad om ämnet och studiens syfte. Respondenten blev även informerad om sitt samtycke för inspelning samt sina rättigheter till att när som helst avbryta eller ångra sitt deltagande i intervjun. I enlighet med konfidentialitetskravet har det insamlade materialet hanterats förtroendefullt genom att skydda respondenternas anonymitet vid publicering av studiens resultat. Detta tillämpades genom att byta ut respondenternas namn i analysen. Nyttjandekravet innebär enligt Bryman (2018:132) att den insamlade empirin endast används för undersöknings syfte. Vi informerade därför respondenterna att det insamlade empiriska materialet endast skulle användas till forskningens syfte och inget annat.

3.5 Analysarbete

Transkribering påbörjades direkt efter intervjun för att bibehålla färskt intryck från mötet. Den av oss som utförde intervjun transkriberade materialet och sammanställde det i ett särskilt dokument, vilket ledde till en mängd okategoriserat och ostrukturerat material. Enligt Rennstam och Wästerfors (2015:69) är sortering av det insamlade materialet ett sätt att skapa ordning i empirin inför analysarbetet. Nästa steg blev därför sortering av materialet för att synliggöra materialet som var av relevans för studien. Genom att materialet sedan kategoriserades och tematiserades kunde återkommande innehåll framhävas, vilket enligt Bryman (2018:698) ger en större förståelse för det insamlade materialet. Vi valde att kategorisera empirin utefter intervjuguiden genom att färglägga varje kategori med en egen färg för att tydliggöra samband i materialet. Vad som synliggjordes då var att intervjufrågorna inte alltid kom i samma ordning beroende på hur respondenterna hade svarat på de olika frågorna under intervjun. Utifrån detta valde vi att gå igenom materialet noga för att undvika att inte gå miste om eventuella värdefulla bidrag till analysen. Detta förenklade arbetsprocessen eftersom skillnader och kopplingar till teorin synliggjordes, vilket gjorde att vi kunde urskilja den dåvarande befintliga teorins relevans och sortera bort den teori som inte var av intresse för studien längre. Konsumtion blev därav inte längre av lika stor relevans för studien eftersom betydelsen av konsumtionsempirin i detta sammanhang blev vag och därmed inte tillräcklig för fungera som bidrag och diskussionsmaterial i analysen.

När det insamlade materialet var kategoriserat reducerades det och vi insåg att det fortfarande var i för stor mängd material för att kunna analysera. Representationsproblemet löstes genom att det kategoriserade materialet reducerades för att hitta vad som var av störst relevans för studien. En kategorisk reduktion innebär enligt Rennstam och Wästerfors (2015:104-105) att reduktion av materialet sker för att få en mer lätthanterlig mängd data att arbeta med och analysera. Vid detta stadiet insåg vi att flera av våra teman var sammanhängande med varandra och valde därför att slå samman etiska och moraliska motiv eftersom de kompletterade varandra genom att visa på olika motivationsperspektiv. Efter sortering och reduktion av materialet var ordningen skapad. För att bemöta auktoritetsproblemet kompletteras och vidareutvecklas tidigare forskares empiriska

upptäckter och utifrån det skapas egna motsvarigheter och motexempel (Rennstam & Wästerfors, 2015:138-139). Ambitionen var att bidra till forskningen inom vegetarianism för att förstå vilka motiv som kan leda till valet att bli och fortsätta vara vegetarian. Det har gjorts tidigare studier på några få motiv som vår studie tar upp, men det finns endast begränsad forskning om sociala motiv som kan influera individens val till en vegetarisk kost i förhållande till individens identitet. Analysens fokus kommer därför baseras på identitet och de olika motiv som studien syftar åt att undersöka. Argumentationen kommer kretsa kring hur dessa motiv har format respondenternas val att bli och fortsätta vara vegetarianer samt hur deras identitet har formats utifrån detta.

4. Analys av empiri

I följande kapitel kommer den insamlade empirin att analyseras utifrån den teoretiska referensramen. Den teoretiska referensramen kommer användas som ett verktyg för att skapa förståelse och tolka respondenternas motiv för att bli och fortsätta vara vegetarian genom begreppet identitet. Under analys av empirin presenteras de fem huvudsakliga motiverande motiven.

4.1 Identitet - att identifiera eller inte identifiera sig som vegetarian?

Den vegetariska trenden har bidragit till en ökad medvetenhet hos individer (Schoolman, 2019:669) och vad samt varför människor väljer vissa varor verkar bli allt viktigare för individens identitet (Kozinets & Handelman, 2004). Därmed kommer följande avsnitt att behandla individens vilja att identifiera sig som vegetarian. Emma, Ronja, Lisa, Matilda och Frida gillar att identifiera sig med att vara vegetarian eftersom det skapar en känsla av stolthet och nöjdhet hos respondenterna. Ronja anser att kosthållningen har en stor påverkan på hennes liv och identitet, vilket stämmer överens med Emmas uttalande som har samma syn på att identifiera sig som vegetarian: *“Jag gillar att associera mig som en vegetarian och jag är stolt över att jag bidrar till en bättre miljö och bättre djurhållning, så absolut stolthet men absolut också att jag känner mig nöjd över att jag gör någonting som är bra för samhället”*. Rosenfeld och Burrow (2017a:80) menar att en utgångspunkt i vegetarianers vilja av att uttrycka sin kosthållning varierar eftersom en del bara ser det som en kosthållning medan andra ser det som ett kännetecken för deras självkänsla. Denna teori ger möjlighet till att förstå en annan syn på

viljan att identifiera sig som vegetarian. Sofia, Anki och Ottos syn på vegetarianism identifierar sig endast som en person som väljer att äta vegetarisk mat och anser inte att deras kosthållning hör samman med hur de vill uppfattas som person. Otto menar att du är inte vad du äter och uttrycker sin åsikt enligt följande:

Jag gillar inte etiketter överhuvudtaget. För då blir man, jag säger samma sak igen, man är vad man äter, men man är inte den ideologin bara för man äter på ett visst sätt. Vegetarianism som sådan, som jag ser den, den som definierar sig som vegetarian skulle lika väl kunna definiera sig som kristen, eller som hårdrockare eller något annat. Och jag är inte hårdrockare, jag kanske tycker det är intressant musik, men det är bara en del av hela det här livspusslet. Livet består ju av 1000 miljoner pusselbitar, det här med att jag äter vegetarisk mat är bara en av de.

Ottos syn på relationen mellan hans identitet och kosthållning kan förstås med hjälp av Nezlek och Forestells (2020:45) teori om den sociala identiteten vilken är socialt skapad och individen kan ha flera olika identiteter samtidigt. Emma, Elsa, Frida och Anki gillar inte heller att identifiera sig som vegetarian eftersom de inte gillar att kategorisera sig själva och andra människor. Genom Nezlek och Forestells (2020:46) teori kan det skapa en förståelse för respondenternas uttalande eftersom författarna menar att individen kan välja att endast identifiera sig som en person som exkluderar kött i sin kost. Detta kan tänkas spegla sig i respondenternas personliga identitet enligt Hitlins (2003:122) teori. Beroende på hur individen uppfattar sig själv och hur han eller hon tolkar sig som vegetarian kan detta spegla sig i den personliga identiteten. Emma gillar inte att bli kategoriserad utifrån sina val av livsmedel eftersom hon vill ha friheten att kunna äta det hon vill utan att känna sig låst till viss kosthållning och uttrycker därför följande:

...jag gillar inte konceptet med kategorier för då måste jag vara på ett visst sätt. Och visst jag kan säga att jag är flexitarian, men jag äter inte kött. Jag gillar att säga att jag äter det jag känner för och just nu är det mest växtbaserat.

Att inte kategorisera är dock oundvikligt enligt Östberg och Kaijser (2010:88) eftersom var vi bor, hur vi klär oss och våra fritidsintressen leder till kategorisering av oss själva och andra

människor. Sofia och Frida gillar inte att kategorisera och identifiera sig som vegetarian i vissa sammanhang eftersom de inte vill förknippas med stereotypiska vegetarianer för de har förutfattade meningar om de och undviker därför att prata om sin kosthållning i sammanhang med allätare. Ronja och Lisa upplever att det är enklare att diskutera vegetarianism med andra likasinnade studenter, än i andra sammanhang som exempelvis med släkten, eftersom den sistnämnda parten tenderar att ifrågasätta respondenternas val av kosthållning. Eftersom människor med liknande värderingar och beteende känner sig mer bekväma med varandra (Williams, 2002:114), skulle detta kunna ses som en förklaring till varför Ronja och Lisa upplever det som lättare att yttra sin kosthållning bland likasinnade. Respondenternas svar indikerar på att sammanhanget har inflytande över individens vilja att yttra sig om sin kosthållning, vilket även kan styrkas genom Ronjas uttalande: “... *man känner ju så att, jaha, du är också student och när man pratar med andra blir det liksom att ja, men du är också student*”. Ronja menar att gemenskapen om den vegetariska kosthållningen bland vegetarianer gör det enklare för henne att känna sig förstörd för hennes livsmedelsval i jämförelse när hon umgås med individer som är allätare.

Hälften av respondenterna tror att det kan sägas något om personer genom deras val av kosthållning. Respondenterna menar att äta vegetariskt signalerar att du tänker i ett större perspektiv eftersom du prioriterar andra människor och samhället före dina egna begär och behov. Elsa, Tim, Anki och Otto anser däremot att en kosthållning säger lite om en person eftersom det finns flera faktorer av en människa och olika anledningar till att varför en speciell kost följs. Williams (2002:79) menar att individens val av varor visar på vem han eller hon är, vilket ger individen möjligheten att använda dessa val vid skapandet av sin sociala identitet. Lisa tror att människor använder sin vegetariska kosthållning för att uttrycka sin identitet och hon menar att intresset kan leda till att vegetarianer anpassar hela sin livsstil efter fenomenet vegetarianism. Enligt Soneryd och Ugglas (2011:56) teori blir livsstilen ett sätt att uttrycka sin identitet igenom eftersom alla val individen gör uttrycker vem individen vill vara och inte vara. Vid jämförelse av respondenternas svar visar dessa på två läger gällande kosthållningens betydelse för uttrycket av individens identitet. En del av respondenterna anser att en kosthållning förmedlar ett budskap utåt mot andra människor medan andra respondenter menar att en

kosthållning inte uttrycker en individs identitet. Douglas och Isherwoods (1996) teori om individens självuppfattning kan därför ses som en förklaring till varför en del av respondenterna anser att kosthållningen hör samman med individens identitet medan andra inte gör de. En förklaring till denna skilda åsikt kan grunda sig i att individer motiveras av olika motiv för att vara vegetarianer.

4.2 Vegetarianer motiveras av olika motiv

I föregående avsnitt analyserades möjliga samband mellan respondenternas val av kosthållning och deras identitet. Det framgick att respondenterna väljer att identifiera sig på olika sätt och har olika syn på sin identitet och kosthållning. Viljan att yttra sig som vegetarian kan även variera precis som motiven till att bli och vara vegetarian kan göra. Människans kulturella värderingar skapas redan vid uppväxten eftersom individen då lär sig vad som anses vara rätt och fel att välja bland livsmedel (Williams, 2002:99-100). Under Ronja, Lisa, Anton och Elises uppväxt var deras föräldrar noga med att maten skulle vara närodlat och ekologisk, vilket respondenterna tror har format deras identitet och livsmedelsval senare i livet. Respondenterna tror att deras medvetenhet under uppväxten om mat har satt spår i deras förhållningssätt till livsmedel idag. Anki upplever att hennes uppväxt har präglat hennes livsmedelsval idag eftersom hon blev tvingad under sin uppväxt till att äta kött, vilket gjorde att hon till slut tröttnade och blev äcklad av dess smak. Williams (2002:49-50) belyser att individen influeras av tidigare upplevelser i livet, alltså kan det vara en förklaring till varför respondenterna upplever att deras uppväxt har format deras identitet och handlingsmönster när de väljer livsmedel idag.

Genom att tillämpa Rosenfeld och Burrows (2017a:90) teori om att nya motiv stärker de befintliga som ett verktyg är det möjligt att skapa en bättre förståelse för individens motivation till att bli och fortsätta vara vegetarian. Det framgick gemensamt hos alla respondenter att motivationen för att vara vegetarian stärktes i takt med att tiden som vegetarian gick. Detta synliggjordes i Anki och Ottos fall eftersom de inte blev vegetarianer för varken etiska motiv, miljön eller djurens skull, men trots det har dessa motiv blivit alltmer viktiga för de under sina år som vegetarianer. De menar att under deras tid som vegetarianer har kunskap efterhand införskaffats om matens påverkan på miljön, vilket har bidragit till att miljömotiv har blivit

viktigare för de idag till skillnad från när de blev vegetarianer. När Ronja blev medveten om livsmedelsproduktionens påverkan på miljön fick det henne till att vilja sluta äta köttbaserade livsmedel och istället börja äta en vegetarisk kost. Granfeldts (2014:301) resonemang om människans livsmedelsval beror på vilken kunskap individen har och kan ses som en förklaring till varför Ronja förändrade sin kosthållning. Kunskapen kan även ha influerat respondenternas medvetenhet om matens påverkan på djuren och miljön eftersom ingen skulle kunna tänka sig att bli allätare igen. Däremot visade inte Granfeldts (ibid.) teori stämma överens med Ankis situation eftersom varken kunskap eller medvetenhet motiverade henne till att bli vegetarian, utan det var tanken av köttets smak och konsistens som inte längre tilltalade henne.

När vi frågade Lisa om vad som motiverade henne till att bli vegetarian, svarade hon att det fanns främst tre motiv varav den ena var mer primär än den andra:

Det var främst för hälsans skull, jag märkte att min kropp mårde mycket bättre utan det röda köttet främst och att jag märkte mycket bättre resultat i min träning... Det är klart att det är bra för miljön att äta nästan bara vegetariskt och det var kanske mitt andra skäl. Och sen den tredje blir ju att man ser videos på hur gelatin framställs och på hur djur hanteras och hela den biten.

Lisas resonemang belyser att flera motiv spelade roll vid hennes val av att äta vegetariska livsmedel. Eftersom hon hade problem med övervikt när hon var ung blev hon rekommenderad av en dietist att börja äta mer vegetariskt i syfte att gå ner i vikt. Genom att betrakta resonemanget ovan med utgångspunkt i Rosenfeld och Burrows (2017a:85) teori blir det möjligt att synliggöra bakomliggande motiv till vegetarianism. Utifrån denna synvinkel kan Lisas motiv till en början ses ur ett personligt perspektiv som sedan utvecklades till ett moraliskt perspektiv och slutligen för samhällets skull. Även Sofia motiverades av flera motiv vid hennes val till att bli vegetarian. Hon berättar att hennes tjejkompisar på gymnasiet var det primära motivet som motiverade henne till att börja äta vegetarisk mat. Utifrån respondenternas svar ovan kan Rosenfeld och Burrows (2017b:85) synsätt underlätta och skapa förståelse för att flera motiv kan motivera individen till att bli och fortsätta vara vegetarian. Efterhand som Sofia blev mer medveten om köttindustrin och hur kroppen kan påverkas av en vegetarisk kost, blev valet att förbli vegetarian naturligt för henne.

4.3.1 Sociala motivs inflytande på individens kosthållning och identitet

Lisa, Sofia och Frida upplever att det svenska samhällets normer påverkar vad de väljer att äta, göra och ha på sig, vilket går samman med Solomon et al:s (2010) teori att livsmedelskonsumtionen regleras av samhället. Utifrån ovanstående författares synsätt går det att urskilja Ronja och Tims syn på samhället eftersom de menar att samhället och dess normer har inflytande över deras värderingar kring valet av livsmedel. Dessa val kan tänkas forma respondenternas sociala identitet, vilket kan förstås genom Alvehus och Jensen (2015) teori om att individen genomgår en process av socialisation vid identitetsarbetet. Tim menar att vegetarianism syns alltmer i dagens svenska samhälle: *“Just nu är det mycket marknadsföring för veganskt och vegetarisk, så fler kanske gör valet att konsumera vegetariskt. Eftersom det anses vara det rätta just nu”*. Hälften av respondenterna berättar att det var människor i deras omgivning som påverkade valet till att bli och fortsätta vara vegetarian, vilket senare förändrade deras livsstil och upplevda identitet. Denna förändring poängterar Soneryd och Ugglas (2011:52) teori eftersom de menar att kosthållningen kan ses som ett aktivt val av livsstil. Samtidigt menar författarna att individen inte kan välja sin livsstil helt och hållet eftersom det är individens nya sammanhang och konsekvenserna det tillför som skapar livsstilen (ibid.). Detta kan ses i ovanstående respondenters resonemang eftersom de upplevde att en förändring av kosthållningen kunde skapa nya avtryck i deras livsstil, vilket även skulle kunna ses som en förändring i den sociala identiteten eftersom Giddens och Birdsall (2003) menar att nya sociala sammanhang bidrar till att identiteten ständigt omskapas. Förändringen kan leda till att individen vill identifiera sig på ett visst sätt beroende av vilka sociala förhållanden individen har i situationen. Detta kan grunda sig i individens önskan om att vara en del av en grupp tillhörighet.

Hälften av respondenterna berättade att deras vänner och kollegor har haft stort inflytande vid valet av att bli och fortsätta vara vegetarian. Enligt Rosenfeld och Burrow (2017a:80) kan yttre faktorer influera individens val av vegetariska livsmedel. Detta synliggjordes i Ottos situation när han för 50 år sedan träffade sin flickvän: *“Jag minns att jag respekterade hennes val och jag menar vi levde ihop, vi åt ihop och lagade mat ihop, varför skulle vi då ha helt två olika liv då?”*.

Ottos flickvän hade varit vegetarian i hela sitt liv och när paret flyttade ihop blev det en naturlig övergång för honom att också bli vegetarian. Edling och Liljeros (2016:13) menar att beroende på vilken grupp individen hamnar i, kan dessa faktorer bli avgörande för personens intressen och vilka de delar dessa med. Denna syn visar på att sammanhang kan influera individen till att bli vegetarian, vilket synliggjordes i Ottos fall. När Ronja, Lisa och Otto är i sociala sammanhang kan de anpassa sin kost genom exempelvis äta fisk för att inte vara besvärlig för resterande av sällskapet om inte något annat vegetariskt utbud erbjuds. Samtidigt säger respondenterna att när de är hemma skulle de aldrig välja andra livsmedel än vegetariska. Rosenfeld och Burrows (2017a:87-88) teori argumenterar för att vegetarianer kan känna sig begränsade gällande matutbudet i sociala sammanhang, vilket kan leda till att individens hängivenhet till kosthållningen sätts på prov. Genom att Ronja, Lisa och Otto får anpassa sin kost utefter det sociala sammanhanget, kan det tolkas som att ovanstående respondenter upplever att livsmedelsutbudet hindrar deras val av mat eftersom de inte kan äta den maten de egentligen vill. Respondenterna kan tänkas vara medvetna om hur de uppfattas av andra och kan därför vara restriktiva med att frånga sin kosthållning bland andra människor för att upprätthålla sin sociala identitet. Samtidigt kan önskan om grupptillhörighet leda till att respondenterna anpassar sin kost för att få tillhöra den sociala gruppen. Lisa medger att frestelsen som uppstår vid sociala sammanhang kan styra hennes val av livsmedel och hon upplever att frestelsen är påtaglig när hon är på sin arbetsplats som involverar mat:

För där är man omgiven av människor som är så insatta i mat och som älskar mat och som pratar om mat. Och då blir man väldigt lockad att bryta sin vegetariska identitet för att man vill också vara med och man vill också prata om det. Och ha åsikter om de och alla livsmedel och alla maträtter och smaka och prova och sådär. Så de blir svårare att stå emot frestelsen.

Lisa arbetar på en restaurang och är dagligen omringad av matintresserade människor på arbetet. Hon utsätts därmed ständigt för frestelser till att äta annan mat som inte är vegetarisk. Däremot påpekar hon samtidigt att sammanhanget hon befinner sig i har betydelse för hennes frestelse eftersom hon inte upplever sig frestad att frånga sin kosthållning när hon umgås med människor som är vegetarianer. Majoriteten av respondenternas allmänna åsikt är att det sociala

sammanhanget kan ha inflytande över deras benägenhet att frånga sin kosthållning, vilket Williams (2002:114) resonemang kan klargöra genom att människors val av dryck och mat påverkas av det sociala sammanhanget de befinner sig i. Att frånga sin vegetariska kosthållning kan tänkas påverka den sociala identiteten eftersom andra människor kan få en annan syn på vegetarianer som äter köttbaserade livsmedel. Samtidigt kan vegetarianens personliga identitet tänkas förbli oförändrad eftersom han eller hon fortfarande kan besitta densamma syn på sig själv oavsett om vegetariska livsmedel väljs eller inte. Däremot beskriver Frida, Tim, Matilda och Anki att de inte blir påverkade av sociala sammanhang gällande sin kosthållning och de erbjuder gärna sig istället att ta med eget köttsubstitut vid dessa tillfällen.

Samtliga respondenter berättar att de flertalet gånger har blivit ifrågasatta för valet av sin vegetariska kosthållning, varav majoriteten av de personer som ifrågasatt dem har varit allätare. Ronja uttrycker vanligt förekommande reaktioner som hon har blivit utsatt för: *“Men varför äter du inte kött? Vad är det för fel på dig? Vad håller du på med?”*. Uttalandet tyder på problematiken som Rosenfeld och Burrow (2017a:92) menar med att vegetarianer ofta utsätts för ifrågasättande av den närmsta umgängeskretsen, vilket respondenterna tror grundar sig i allätares bristande kunskaper och förståelse för den vegetariska kosthållningen. En annan förklaring skulle kunna vara att respondentens personliga identitet inte stämmer överens med den sociala identiteten eftersom människor i omgivningen kan ha en annan bild om individen än vad han eller hon har om sig själv. En känsla kan då uppstå om att vara oförstådd i sammanhang bland allätare. Enligt respondenterna har framförallt familjen visat sig vara ifrågasättande och respondenterna menar att familjemedlemmarnas värderingar har haft betydelse för hur väl beslutet av att bli vegetarian blev bemött. Anki hade en strikt uppväxt och hennes familj visade en bristande förståelse för beslutet att bli och vara vegetarian, vilket skiljer sig gentemot Williams (2002:121) teori om individens vilja av att sträva och efterlikna den primära gruppen. Trots att Ankis val inte påverkades av familjens värderingar, upplevde hon att det var jobbigt att inte få stöd från familjen i hennes beslut. Detta visar på att det sociala sammanhanget inte alltid har en avgörande roll för individens val att bli och vara vegetarian, även om det kan uppfattas som

påfrestande för individen. Samtidigt kan det ses som att sociala sammanhanget fortfarande har betydelse eftersom primära gruppens åsikt upplevs som påfrestande för respondenterna.

Ronja, Lisa, Tim och Otto är vegetarianer av etiska motiv och upplever det som viktigt att sprida budskapet om vegetarianismens inverkan på djurhållningen och miljön. Ovanstående respondenter erkände sig ha försökt influera andra människor till att testa och äta mer vegetarisk mat. Etiskt styrda vegetarianer har ett behov av att informera människor som inte är vegetarianer om köttsubstitut för att de ska kunna avstå från köttbaserade livsmedel i framtida val (Neo, 2016:209-210). Utifrån detta synsätt kan respondenternas handlingar om att sprida den vegetariska kosthållningen ske med syfte för att allätare ska bli mer medvetna om köttsubstitut. När Frida bjuder hem någon på middag vill hon gärna visa upp vegetariska alternativ och ge allätare en inblick i hur vegetariska rätter kan smaka:

Vi säger att man gör en gryta och då vill jag bara visa att kolla, de är lika gott. Det är liksom ingen skillnad och typ jättemånga vegetariska saker är lika goda och de har liksom ingen bismak eller konstig konsistens såhär, utan de är som att äta kött ibland. Man blir nästan själv osäker, är detta verkligen inte kött?

Tim och Otto berättar att de också gillar att uppmuntra människor till att äta mer vegetariskt, men samtidigt hävdar Otto att han aldrig skulle vilja uppmana någon annan till att börja äta vegetarisk mat, vilket visar på en motsägelse. Även Sofia och Anki hävdar att de aldrig skulle vilja uppmana någon annan till att äta vegetarisk mat eftersom de anser att varje individ ska få äta som han eller hon vill. Individens värderingar har inflytande på andra människor och kan skapa effekter som avtryck i individens val av livsmedel (Solomon et al., 2010). Denna teori kan skapa en förståelse för varför en del av respondenterna vill influera allätare till att välja vegetariska livsmedel medan andra respondenter inte vill det. Medvetenheten om att uppmaningar kan ha inflytande över andras val av livsmedel kan forma respondenternas val av att vilja sprida sin kunskap om vegetarianism till andra människor eller inte.

4.3.1.1 Kan en trend influera individens identitet och kosthållning?

Förr var de ju svårt om man gick ut och åt... gick man på en restaurang så fanns de kanske en rätt som var vegetarisk och det var ju väldigt tråkigt... Men nu finns det många fler rätter att välja mellan, nästan på vilken restaurang som helst. Så det är ju mycket enklare nu (Anki).

När jag började äta vegetariskt fanns de typ bara falafel och någon sojafärs, nu är det ju en femtedel av allt. De har ju egna hyllor och egna frysdiskar och de finns ju hur många grejer som helst och alla kockar som blir mer framträdande och på sociala medier och sådär (Lisa).

Utifrån citaten ovan framgår det ökade vegetariska utbudet på restauranger och i livsmedelsbutiker. Denna åsikt instämmer Anton med när han berättade om sin kusin som för tjugo år sedan var tvungen att meddela flera dagar i förväg innan ett restaurangbesök för att kunna få en vegetarisk rätt serverad, vilket inte behövs idag. Fan et al.:s (2019:468) perspektiv på den vegetariska trenden visar att vegetarisk mat har blivit alltmer efterfrågat bland individer. Utifrån detta perspektiv går det att förstå varför Anton upplever att det vegetariska utbudet på restauranger är mer efterfrågat idag. Samtliga respondenter visade sig vara eniga om det ökade utbudet och upplever att vegetarianismen har blivit en trend under de senaste fem till tio åren. Respondenterna ansåg även att det utökade utbudet av livsmedel och vegetariska rätter på restauranger har underlättat att äta utefter en vegetarisk kosthållning, vilket visar på att en vegetarisk trend har uppstått under de senaste decenniet. Detta kan förstås utifrån Patersons (2018:46) teori eftersom att synas och vara någon har blivit allt viktigare idag, vilket kan vara en orsak till att trenden har ökat. Frida berättade att det var tanken av att ha en vegetarisk identitet som var ett av motiven som lockade henne till att vilja identifiera sig och leva som en vegetarian. Hon tror att vegetarisk mat har blivit trendigt på grund av att allt fler människor vill efterlikna sig med vegetarianer eftersom de enligt henne kan uppfattas som pålästa och medvetna individer.

Respondenterna tror att trenden inspirerar fler människor till att börja äta mer växtbaserade livsmedel. Respondenternas svar kan tolkas utifrån Elliot och Wattanasuwans (1998) teori om att trender kan ses som en social efterliknelse eftersom att det ligger i människans natur att vilja efterlikna andra människor. Den vegetariska trenden av efterliknelse av varandras sätt att välj

livsmedel kan även förstås utifrån Patersons (2018:26) teori om att en trend kan ses som en social rörelse eftersom människor inspireras och tenderar att vilja efterlikna varandra. Vad som visade sig vara en gemensam åsikt bland samtliga respondenter var att de fortfarande hade följt en vegetarisk kosthållning idag, även om det inte hade varit en trend. Tim uttrycker att trenden var ett bidragande motiv som fick honom till att börja äta en vegetarisk kost, men han påpekar samtidigt att trenden inte var hans huvudsakliga motiv till att bli vegetarian. Detta uttryck kan betraktas utifrån Rosenfeld och Burrows (2017a:79) teori om att leva utifrån en vegetarisk kosthållning kan ha en djupare anledning än bara vara en trend. Utifrån denna teori och respondenternas svar visar det indikationer på att den vegetariska trenden inte var ett huvudsakligt motiv till att bli och fortsätta vara vegetarian, men kan däremot ses som ett bidragande motiv till valet. Sofia ser inte vegetarianism som bara en trend eftersom hon tror att kosthållning kan utvecklas till att bli en livsstil för många människor. När Ronja svarade på frågan om hon hade varit vegetarian idag även om det inte var en trend, svarade hon följande: *“...då hade jag nog valt det i alla fall, för så fort man läser sig in på det och vad det faktiskt är man äter så är det mycket enklare att undvika det”*. Eftersom den vegetariska trenden har bidragit till att det vegetariska livsmedelsutbudet har ökat, blev det enklare för Ronja att undvika val av köttbaserade livsmedel. I takt med att hennes medvetenhet om köttets påverkan på miljön ökade märkte Ronja att hon gillade tanken av att identifiera sig själv som vegetarian.

4.3.1.2 Identifiera sig som vegetarian för att få ingå i en grupptillhörighet?

När respondenterna blev vegetarianer upplevde de sig vilja tillhöra en grupp av människor som valde samma typ av livsmedel. Detta kan förstås genom Muniz och O’Guinns (2001) teori om att val av samma typ av varor kan leda till en konsumtionsgemenskap och en känsla av tillhörighet kan uppstå. Utifrån ovanstående teori kan det tolkas som att respondenterna ingick medlemskap i en konsumtionskultur eftersom val av vegetariska livsmedel kan skapa en känsla av grupptillhörighet enligt respondenterna. Genom att respondenterna upplevde en grupptillhörighet av att vara vegetarian kan den sociala identitetsteorin som Nezlek och Forestell (2020:45) skriver om synliggöras. Detta eftersom respondenterna definierar sig själva i relation

till gruppen de vill tillhöra, det vill säga vegetarianer, vilket kan upplevas som positivt för individens självkänsla att besitta och uppleva en grupptillhörighet.

Frida och Ronja upplevde att det var särskilt viktigt att visa upp sin grupptillhörighet gentemot andra vegetarianer för att visa upp sin medvetenhet och identitet genom deras kosthållning. Williams (2002) menar att visa upp sin val av varor inför andra reflekteras individens värderingar och valen kan ske utifrån ett symboliskt syfte för att få tillhöra gruppen, vilket kan resultera i medlemskap i den eftersträlvade gruppen. Fridas resonemang kan ses utifrån detta perspektiv eftersom hon upplever att sammanhanget har inflytande över hennes vilja att visa sin grupptillhörighet: *“Det är nog när man är med folk som inte äter kött. Att man också vill säga att jag är ju också vegetarian, hallå jag är med i gänget”*. Valet av att följa en vegetarisk kosthållning kan leda till en känsla av grupptillhörighet (Edling & Liljeros, 2016:21), vilket synliggjordes när Lisa, Ronja, Sofia, Otto och Frida upplevde en gemenskap med andra vegetarianer, även om de inte hade träffats fysiskt tidigare. Detta skulle kunna förklaras med vad Östberg och Kaijser (2010:89-90) menar med att fysiska träffar inte är väsentliga för gemenskapen, utan det är den gemensamma meningen om en vegetarisk kost som för människor samman. Respondenterna är eniga om att val av vegetariska livsmedel signalerar en medvetenhet om deras sociala identitet. Dock påpekar Sofia och Otto att även om en gemenskap upplevs med andra vegetarianer behöver det inte innebära att de har något mer gemensamt än sin kosthållning. Ronja, Lisa, Sofia, Frida och Otto upplever att det finns en underliggande gemensam värdering bland vegetarianer till varför de följer en vegetarisk kosthållning. Williams (2002:99-100) benämner även denna syn och menar att det finns en underliggande förståelse och likasinnade värderingar inom en grupp. Det framstod som viktigt för majoriteten av respondenterna att visa tillhörighet till en grupp, men även för att uppleva känslan av att vara en i gänget.

När vi frågade respondenterna hur de såg på människor som inte åt en vegetarisk kost svarade samtliga att de inte såg annorlunda på allätare som var öppensinnade till en vegetarisk kosthållning, men att det fanns en särskild grupp som kunde vara provocerande för respondenterna. Majoriteten av respondenterna var eniga om att den provocerande gruppen bestod av allätare med gemensamma faktorer. Gemensamma drag inom gruppen bestod främst

av mindre öppensinnade män som endast förespråkade en köttbaserad kosthållning, vilket signalerar både okunskap och trångsynthet om köttindustrin enligt respondenterna. Ronja menade att ett avstånd skapades mellan henne och allätare eftersom hon ansåg att deras värderingar skiljdes åt för mycket för att ens kunna bygga en relation:

Ja, men då har man ju helt olika värderingar så de går ju inte. De skapar ju ett avstånd mellan varandra, för om jag ändå tänker på ett sätt och någon annan tänker på ett helt annat värderingar, är det inte så att man känner "ja men vi klickar" när man har helt olika värderingar, det går liksom inte.

Med hjälp av Cronin et al.:s (2014) perspektiv kan en förståelse skapas för gemensamma åsikters betydelse eftersom åsikter inom en grupp kan leda till en känsla av kulturell gemenskap och stolthet samtidigt som det kan visa på differentiering mot andra grupper. Respondenterna upplevde en grupptillhörighet som vegetarian och valde därmed att ta avstånd från gruppen mindre öppensinnade allätare, vilket Alvehus och Jensens (2015) resonemang menar med att valet av en vara visar på tillhörighet till en grupp samtidigt som avståndstagande skapas mot en annan grupp. Några av respondenterna ansåg inte att ett avstånd skapades mellan de själva och allätare eftersom de själva har ätit kött större delen av deras liv. De menar att alla människor får göra sina egna kostval utan att bli dömda och har en förståelse för varför somliga äter kött, vilket visar på att respondenternas upplevelse gällande avstånd skiljer sig mot Patersons teori (2018:46).

Anton och hans kompisar skulle besöka en restaurang som endast serverade vegetarisk mat, varav en person i gänget protesterade från att följa med. Anton märkte då av att kompisgängets olika kosthållningar skiljde sig åt och ett avstånd upplevdes mellan Antons vän och resterande av gruppen eftersom den personen inte följde en vegetarisk kosthållning. Edling och Liljeros (2016:21) poängterar att efterlikna människor vi umgås med bidrar till att likheterna inom gruppen ökar samtidigt som skillnader mot andra grupper ökar. Antons berättelse visar på att ett avstånd kan upplevas mellan människor som inte följer samma kosthållning. Anledningen till varför kompisen tog avstånd från att äta vegetarisk mat var enligt Anton på grund av att personen inte hade kunskap kring den vegetariska kosthållningen. Vidare visade sig vår empiri vara mer

socialt komplex än vad Paterson (2018:46) och Edling och Liljeros (2016:21) teorier belyser eftersom individens känsla av tillhörighet handlar om socialt avstånd. Sociala konstruktioner skapas när vi kommunicerar med varandra och det blir komplext att avgöra sociala avstånd bland människogrupper eftersom det tolkas individuellt.

4.3.2 Identifiera sig som vegetarian på grund av etiska och moraliska motiv

I föregående avsnitt analyserades hur gemensamma värderingar kunde bidra till en gruppstillhörighet. Sofia menar att vegetarianer kan ses som djurvänner eftersom de enligt henne besitter gemensamma åsikter om hur djuren och miljön ska bli behandlade, vilket stämmer in på Fan et al.:s (2019:470) syn på vegetarianer eftersom de tenderar att vara djur- och miljömedvetna. Detta synliggjordes bland ett flertal respondenter eftersom de vill framstå och visa sig själva som djur- och miljömedvetna, både för sin personliga och sociala identitet. När Anton, Ronja, Lisa, Elise och Sofia blev medvetna om de utsläpp som animaliska livsmedel utgör och såg dokumentärer som visade hur djuren behandlas inom köttindustrin, blev det ett enkelt val att utesluta produkter. Respondenterna menar att djurhållningen och dess utfodring är ohållbar för miljön på grund av industrialiseringen. Ronja, Anton, Sofia och Frida menar på att antibiotikan som djuren blir behandlade med var en avgörande faktor för att sluta äta kött. Enligt Manyukhina (2017:605) väljer majoriteten av vegetarianer att följa sin kosthållning på grund av etiska motiv eftersom de bryr sig om miljön och djurens rättigheter. Detta perspektiv stämmer in på Emma, Otto och Tim eftersom de anser att de tar ansvar för jordens klimat genom att följa en vegetarisk kosthållning, vilket även kan ses genom Tims uttalande: *“...att man gör faktiskt samhället en tjänst, eller hela världen en tjänst”*. Ovanstående respondenter anser det vara naturligt att agera ur ett hållbart perspektiv för miljön eftersom det är viktig för dem, vilket Schoolmans (2019:669) teori om etiska val beskriver för att etiska konsumenter anser sig vara kunniga och engagerade i samhällets miljö.

Ronja uttrycker att fler människor borde tänka efter när de handlar och vilka konsekvenser deras val av livsmedel kan skapa. Enligt henne innebär minsta möjliga klimatavtryck detsamma som att göra rätt vid sina val av varor, vilket även gäller för Lisa, Sofia, Anki och Otto eftersom

känslan att göra rätt styr deras val. Genom att betrakta dessa resonemang via Chowdhurys (2019:599) koncept om att agera för samhällets skull, kan det ses som en förklaring till varför ovanstående respondenter ser vegetarianism som ett steg i rätt riktning för samhället. Att äta vegetariskt är därmed inte bara en kosthållning, utan det blir en livsstil för en del individer eftersom de anser att valet av mat kan hjälpa världen till att bli en bättre plats för andra (Rosenfeld & Burrow, 2017a:86). Livsstilen kan leda till nya handlingsmönster som i sin tur kan forma individens identitetsarbete genom livsmedels valen. Sofia uttrycker sin syn på att agera ur ett samhällsperspektiv enligt följande: ”*Om vi inte räddar vår planet, så finns det inget samhälle ändå*”. Sofia ser sin kosthållning som mer än bara mat och menar att en vegetarisk kosthållning påverkar vårt samhälle till det bättre.

För Lisa, Otto och Sofia innebär moral att göra rätt val genom att välja närproducerade livsmedel eftersom det anses vara moraliskt rätt gentemot planeten. Resonemanget att agera och handla för miljöns skull kan leda till en känsla av tillfredsställelse, vilket kan förklaras på en djupare nivå med hjälp av Schoolmans (2019:685) teori. I den bemärkelse kretsade respondenternas resonemang huvudsakligen kring en efterliknelse med att känna sig nöjd genom att göra medvetna val för samhället och miljöns skull. Detta synliggjordes när de ovanstående respondenterna uttryckte att närproducerade livsmedel ansågs vara rätt gentemot företag i deras omgivning för att stötta dessa. Sofia anser att agera moraliskt är detsamma som att göra rätt val eftersom hon följer sin moral och gör rätt val utifrån sig själv samt sin personliga identitet: ”*Ja moralen motiverar mig till att välja bort vissa saker som jag kanske skulle ätit annars. Sånt som inte är ekologiskt, eller transporterats långt, eller mjölkprodukter. Eftersom jag också vet att mjölkindustrin är vidrig liksom*”. Med hjälp av Manyukhina (2017:609) koncept kan det underlätta att skapa en förståelse kring det moraliska motivet som kan framhäva individens vilja att prioritera etiska val framför deras egna begär och behov. Utifrån detta perspektiv kan därför Sofias motiv ses som moralisk, eftersom det är individens tro och moral som har inflytande över valet att vara vegetarian (Fan et al., 2019:470).

Eftersom Ronja, Lisa och Otto styrs främst av en etisk moral kan det tänkas vara en bidragande faktor till varför de tänjer på sina gränser och äter andra livsmedel än vegetariska ibland. Dessa handlingar går emot Rosenfeld och Burrows (2017b:91) teori om att vegetarianer som följer kosthållningen av etiska motiv har striktare förhållningssätt till sin kosthållning än vegetarianer som är det för hälsans skull. Respondenterna ser sig själva som medvetna individer eftersom de besitter kunskap om matens påverkan på miljön och agerar utifrån denna kunskap vid sina val av livsmedel. Detta kan ses utifrån respondenternas personliga identitet förblir oförändrad eftersom deras syn på sig själv förblir densamma trots att de väljer att äta köttbaserade livsmedel. När Ronja, Lisa och Anton väljer att gå emot sin moral genom att exempelvis äta gelatingodis skapar detta skuld känslor, men frestelsen verkar ta över eftersom de väljer att göra det ändå. En orsak till varför respondenterna frångår sin vegetariska kosthållning och moraliska värderingar kan förstås genom Soneryd och Ugglas (2011:58) teori om att individen ständigt utsätts för frestelser som är svåra att motstå. Tidigare upplevelser och minnen påverkar individen (Williams, 2002:49-50) och kan vara ytterligare en orsak till varför Ronja, Lisa och Anton väljer att äta gelatingodis ibland eftersom de gjorde det under sin uppväxt och faller därmed för frestelsen. Anton uttrycker sig motsägelsefullt eftersom han inte anser sig ha svårt att se den stora samhällsbilden framför sig själv och åsidosätta sin egna njutning, samtidigt som han kan äta gelatingodis i nästa stund. Utifrån Antons uttalande kan det tolkas att han besitter en moralisk motivation för att vara vegetarian eftersom han främst blev influerad av sitt sociala umgänge. När han äter gelatingodis kan det ses som att hans egna begär och behov väger över sin moral och tro för att vara en vegetarian, vilket går emot Manyukhinas (2017:609) perspektiv om moralisk motivation eftersom författaren menar att när individen handlar moraliskt rätt prioriteras de etiska valen framför individens egna begär och behov.

4.3.4 Hälsan som motiv för att börja följa en vegetarisk kosthållning

...vegetarianism har blivit en trend, att inte äta rött kött. Absolut det är en trend att tänka på hälsan, man ska äta superfoods, men det handlar mycket om ett hälsoperspektiv, asså det handlar också om miljöperspektivet som också blivit en trend men det känns som att hälsan är lite större än miljö, tyvärr...

Enligt Elsas uttalande ovan tar inte alla vegetarianer ställning utifrån miljön och djurens skull, utan en del äter främst en vegetarisk kost för deras egen skull och på grund av hälsan som motiv. Att äta vegetariska livsmedel på grund av individens medvetenhet om hälsan är bland de vanligaste alternativen till varför människor väljer att bli och fortsätta vara vegetarianer (Fan et al., 2019:468). Granskat utifrån Veronese och Reginsters (2019:756) teori om att vegetarisk kost kan leda till viktnedgång, kan teorin skapa förståelse för varför Lisa började äta vegetarisk kost i hopp om att gå ner i vikt. Genom att Lisa gick ned i vikt blev även hennes upplevda självkänsla bättre. Hon trivdes med att identifiera sig som vegetarian och kände sig därmed mer medvetenhet om hur livsmedelsval påverkar både individen och samhället.

Hälsan är enligt Fox och Wards (2008) ett motiv för att bli vegetarian, vilket var en primär anledning för varför Frida, Matilda, Sofia och Tim började följa och fortsätta vidhålla en vegetarisk kosthållning. Tim gjorde sitt kostval på grund av hälsomotiv eftersom han ofta blev magsjuk av kött och märkte att uteslutningen av kött ledde till ett friskare allmäntillstånd och fortsatte därför att vidhålla den kosthållningen. Fridas motivation till att bli och vara vegetarian kan utläsas enligt följande: *“Jag mår mycket bättre och det är mycket bättre för miljön... Man känner sig typ renare. Ja, men fräschare på något sätt”*. Fox och Wards (2008) menar på att individen kan bli vegetarian motiverat utifrån strävan för att uppnå en bättre upplevd hälsa. Utifrån detta perspektiv kan därmed förståelse skapas för Fridas motivation av att ha sin hälsa som primärt motiv för att bli och vara vegetarian. Sofia ansåg att hälsan var ett drivande motiv till att bli vegetarian och upplever nu i efterhand att hennes hälsa har blivit förbättrad i jämförelse med innan hon började äta vegetarisk mat. Sofia och Fridas argument skiljer sig från vad Rosenfeld och Burrow (2017a:86) menar i sin teori om att det inte anses vara tillräckligt att få klassa sig som vegetarian om individen endast är det för hälsans skull. Utifrån Sofia och Fridas perspektiv kan det tolkas att vegetarianer vars primära motiv är baserade på hälsomotiv kan identifiera sig som vegetarian på samma sätt som en individ som är vegetarian av andra motiv.

5. Slutsats

Följande avsnitt summerar de slutsatser som kan dras utifrån analys av empirin. Syftet med denna uppsats är att förstå hur olika motiv kan forma valet till en vegetarisk kosthållning. Studien grundas i det teoretiska begreppet identitet för att förstå hur detta begrepp kan forma individens val till att börja följa och fortsätta vidhålla en vegetarisk kosthållning samt skapa förståelse för hur dessa val kan prägla individens identitet. Efter genomförd studie av kvalitativa semistrukturerade intervjuer framhävs olika motiv till varför individer väljer att bli och fortsätta vara vegetarianer. De motiv som framgick utifrån undersökningen var: trend-, sociala-, konsumtionskultur-, etiska- och hälsomotiv, varav flera av dessa gick samman med varandra.

Vilka motiv motiverar individen för att bli vegetarian och fortsätta vidhålla denna kosthållning?

Utifrån respondenternas svar kan det fastställas att vegetarianism har blivit en trend i det svenska samhället eftersom samtliga respondenter är överens om att utbudet av vegetariska livsmedel har ökat både i butiker och på restauranger. Trend är inte ett huvudsakligt motiv för att bli vegetarian, utan är snarare en bidragande faktor. Detta eftersom respondenterna upplever att deras konsumtionsval formas av samhällets normer och strukturer. Samtliga respondenter tror att de hade varit vegetarianer idag även om det inte hade varit trendigt men att den vegetariska trenden som råder underlättar deras livsmedelsval. Efter att ha intervjuat alla respondenter kan vi konstatera att olika individer motiveras av olika motiv till att välja vegetariska livsmedel. Vad som framgick utifrån analysen var att individen kan motiveras av flera motiv och inget motiv ersätter det andra, utan dessa blir bara starkare tillsammans som motivation till att följa den vegetariska kosthållningen. Empirin visade att familjen och uppväxten färgar individen och ger avtryck senare i livet på individens sätt att konsumera.

Sociala faktorer visade sig vara det vanligaste motivet enligt vår studie till varför respondenterna valde att följa en vegetarisk kosthållning. En del av respondenterna upplever att samhället och sociala sammanhang har influerat deras livsmedelsval och de upplever att en social identitet har formats utifrån dessa val. Detta har lett till att några av respondenterna vill föra över sina vegetariska tankar och värderingar till andra människor i hopp om att fler allätare ska börja välja

vegetariska livsmedel. Det sociala sammanhanget kan därmed ha inflytande över individens trogenhet till sin vegetariska kosthållning och kan leda till att individen frångår sin kosthållning. Samtliga respondenter är eniga om att följa en vegetarisk kosthållning leder till ifrågasättande av andra människor, vilket skapar en känsla av att vara omständig som vegetarian i sociala sammanhang.

Etik visade sig vara ett bidragande motiv för att bli och fortsätta vara vegetarian, men det var inte alla respondenters primära motiv. Samtliga respondenter, förutom en, såg sig själva som medvetna konsumenter eftersom de försökte bidra till miljön genom sin kosthållning. Respondenterna i studien ansåg att moralisk motivation är detsamma som att göra rätt val eftersom respondenterna menade att välja vegetariska livsmedel är det rätta valet utifrån ett samhällsperspektiv. Beroende på om moralisk eller etisk motivation styrde respondenternas val kunde detta influera i vilken utsträckning de gick emot sina egna värderingar. I dessa scenarion kunde en del av respondenters frestelse göra att de frångick sin kosthållning genom att äta gelatängodis, vilket antyder på att individens individuella begär och behov går före deras moraliska motiv. Vidare visade sig individens hälsa vara ett primärt motiv till att vilja bli och fortsätta vara vegetarian. Respondenterna som valde att bli vegetarian för hälsans skull motiverades av viktnedgång och för att undvika magproblem.

Hur kopplas dessa livsmedelsval till individens identitetsarbete?

Individen kan använda livsmedelsval för att signalera och uttrycka sin identitet och kan därför ses som ett verktyg vid individens identitetsarbete. Några av respondenterna ville inte identifiera sig som vegetarianer, utan ville istället hellre ses som en individ som konsumerar vegetariska livsmedel, för att undvika bli kategoriserad av andra människor. Andra respondenter vill gärna stolt uppvisa sin sociala identitet som vegetarian och viljan att yttra sin kosthållning visade sig därför ha delade meningar. Alla respondenter ansåg att beroende på vilket sammanhang de befann sig i, hade det sociala sammanhanget inverkan vid viljan att yttra sin vegetariska identitet. Vidare ansåg majoriteten av respondenterna att individens kosthållning signalerar olika budskap utåt mot andra människor. Dock höll inte alla respondenter med om detta eftersom några menade att en kosthållning säger väldigt lite om en person eftersom det bara är en pusselbit av flera i

livet. Även uppväxten visade sig ha inverkan över respondenternas medvetenhet eftersom samtliga respondenter var eniga om att deras uppväxt har format deras identitet till den de är idag.

Vilken koppling finns mellan individens identitetstillhörighet och den vegetariska kosthållningen?

Genom att välja vegetariska livsmedel kan det leda till en känsla av grupptillhörighet eftersom konsumtion av samma typ av livsmedel kan skapa en konsumtionskultur inom vegetarianism. Eftersom livsmedelsval kan användas för att uttrycka sin sociala identitet, kan det därför ses som en symbolisk aktivitet för att uppvisa sin tillhörighet. Eftersom respondenterna upplevde att det fanns en känsla av gemenskap och likasinnade värderingar bland vegetarianer, trots att deras val av kost motiverades utifrån olika motiv, kan detta ses som en konsumtionskultur. Vidare framgår det att ett avstånd kunde upplevas mellan vegetarianer och allätare. Alla respondenter upplevde dock inte detta eftersom de menade att vegetarianism bara är en kosthållning och inget de vill definiera sin identitet med. Majoriteten av respondenterna var eniga om att gruppen trångsynta allätare skapade en känsla av avstånd mellan grupptillhörigheterna. När respondenterna upplevde ett avstånd mellan sig själva och allätare kunde en känsla av vi och de uppstå, vilket grundade sig i att skillnaderna mellan gruppernas värderingar var för stora för att kunna ingå i samma gemenskap. Vidare berättade en del av respondenterna att de gillar att influera allätare till att äta mer vegetariskt, samtidigt som dessa respondenter sa att de inte ville uppmana någon annan till att äta vegetariskt, vilket visade på en motsägelse. Ingen av respondenterna kunde tänka sig att bli allätare igen, trots det åt några kött, fisk och gelatin vid enstaka tillfällen på grund av begränsat livsmedelsutbud i sociala sammanhang eller frestelsen.

Sammanfattningsvis visar analysen att respondenternas identitet som vegetarian skapas utifrån deras livsmedelsval och formas av sociala motiv i olika sammanhang som i sin tur formas av varje individs individuella etiska och moraliska motiv samt hälsomotiv.

6. Diskussion

Det finns ett flertal olika motiv som kan motivera individen till att vilja bli och fortsätta vara vegetarian. Analysen visade på att det finns fler än två motiv till varför respondenterna valde att bli vegetarianer, vilket går emot Nezelek och Forestells (2020:45) teori om att individen endast kan bli vegetarian på grund av etiska motiv eller tillgängligheten till vegetariska livsmedel. Det framgick utifrån analysen att sociala motiv var ett avgörande motiv som motiverade respondenterna till att vilja bli och fortsätta vara vegetarian. Majoriteten av respondenterna blev influerade vid valet av livsmedel i sociala sammanhang. Eftersom sociala motiv visade sig vara det främsta motivet för att bli och vara vegetarian blir det relevant för organisationer att förstå betydelse av att individens val av varor kan signalera individens identitet och tillhörighet. Genom att lära känna den ökade konsumentgruppen vegetarianer kan organisationer bemöta den efterfrågan och tillgodose konsumenternas behov. Individens identitet formar valen de gör i livsmedelsbutiker och därför blir det relevant för organisationer att vara medvetna om detta för att kunna göra sig konkurrenskraftiga inom den framtida livsmedelsmarknaden. Samtidigt beskrev några respondenter att de inte blev påverkade av sociala sammanhang gällande sin kosthållning. Istället erbjöd de sig gärna att ta med eget köttsubstitut vid dessa tillfällen, vilket går emot Williams (2002:114) studie som visade på att människors val av dryck och mat påverkas av vilka sociala sammanhang de befinner sig i. Denna skillnad kan grunda sig i individens vilja att vara flexibel i sociala sammanhang på olika sätt. De respondenter som anpassat sin kosthållning efter sociala sammanhang kan ses som flexibla samtidigt som respondenterna vilka tog med sig vegetariska substitut även de kan ses som följsamma och flexibla. Respondentens vilja att vara flexibel kan därför tänkas grunda sig i deras motiv för att vara vegetarian och hur starka deras värderingar är gällande sin kosthållning.

Eftersom identitet innebär att identifiera sig med andra människor och samtidigt från andra (Alvehus & Jensen, 2015) kan det skapa en förståelse för varför respondenterna upplevde att den trångsynta gruppen allätare kunde bidra till att en känsla av avstånd skapades mellan respondenterna och gruppen. Samtidigt är det socialt komplext att mäta avstånd mellan grupper, vilket gör det särskilt intressant att respondenterna kunde uppleva att avstånd skapades. Detta

kan även leda till att grupptillhörigheten upplevs som starkare mellan vegetarianer genom att besitta likasinnade värderingar om andra människor. Att besitta likasinnade värderingar om vegetarianism kunde leda till att respondenterna ville överföra dessa värderingar vidare till andra människor som inte var vegetarianer. Samtidigt sa dessa respondenter att de inte ville förändra andra människors kostvanor eftersom de menade på att varje individ ska få äta vad de vill. Denna motsägelse kan grunda sig i att samtliga respondenter anser att äta vegetariskt är det rätta för samhället och vill därför sprida motiven om varför allätare bör förändra sin kostvanor mot ett vegetariskt förhållningssätt.

En annan intressant faktor som kunde leda till att respondenterna frångick sin kosthållning var frestelsen. Några av respondenterna berättade att deras frestelse till att äta köttbaserade livsmedel ibland kunde bli för svår att motstå. Genom att äta köttbaserade livsmedel skapades skuld känslor hos de etiskt motiverade respondenterna eftersom etik är deras motiv för att vara vegetarianer, men trots det upprepas handlingarna med jämna mellanrum. Respondenterna förstår inte själva varför de upprepar dessa handlingar, men en rimlig tolkning av detta beteende kan grunda sig i att moralen sviker för individens egna begär och behov. Det skulle även kunna ses som att dessa respondenter inte besitter en lika stark vegetarisk identitet som de vegetarianer som inte faller för frestelsen. Vidare visade vår studie att identitet är ett komplext fenomen eftersom individens syn på identitet i hög grad är en individuell tolkningsfråga. Det fanns en stor variation mellan hur varje respondent valde att definiera sin identitet men genom respondenternas beskrivning av deras upplevda identitet klargjordes en tydligare bild om varför de väljer att följa en vegetarisk kosthållning. Respondenternas uttalanden bidrog till att vi kunde göra en tolkning utifrån svaren för att skapa förståelse för varför respondenterna väljer att börja äta vegetariska livsmedel för att sedan fortsätta göra detta. Analysen visade på att organisationer med intresse för mat bör ha i åtanke att fokusera allt mer på vegetariska livsmedel eftersom den vegetariska trenden har ökat med tiden. Genom att organisationer tar del av denna bild kan det skapa en förståelse för den ökande konsumentgruppen vegetarianism och de kan därmed bemöta efterfrågan genom att anpassa sitt utbud. Om organisationer inom livsmedelsbranschen får en större förståelse för vegetarianers motiv kan de ta in livsmedel som grundar sig i etiska och moraliska motiv för att sälja mer av vissa livsmedelsvaror. Organisationer kan ha ett utbud av livsmedel som förknippas

med exempelvis *hållbarhet*, *närproducerat* och *minskat klimatavtryck* för att styra sin försäljning med syfte att få vegetarianers uppmärksamhet för vissa livsmedelsvaror.

6.1 Vidare forskning

I vidare forskning hade det varit intressant att undersöka om det finns andra motiv än vad denna studie undersökt för att se vilka fler motiv som kan motivera individen till att vilja bli och fortsätta vara vegetarian. Eftersom vår studie endast bestod av respondenter i Sverige, kan framtida studier undersöka vilka motiv som motiverar individen till att bli vegetarian i andra länder för att se om dessa skiljer sig åt. Slutligen hade det även varit intressant att rikta en liknande studie till en särskild grupp, såsom en viss åldersgrupp eller könsskillnader, för att se om det finns samband mellan dessa och viljan att vara vegetarian. Könssstereotyper kan tänkas leda till att män och kvinnor har olika upplevelser gällande att vara vegetarian, framtida studier skulle därför kunna undersöka hur dessa eventuella könsskillnader tar sig uttryck och hur de skiljer sig åt i den upplevda vegetariska identiteten.

7. Källförteckning

- Arkelsten, Sofia (2017, 4 oktober) *Vegostrategi*. Hämtad 1 april, 2020, från: https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/motion/vegostrategi_H5022757
- Beardsworth, A., & Keil, T. (1992). The vegetarian option: Varieties, conversions, motives and careers. *Sociological Review*, 40(2), 253-293. doi: 10.1111/j.1467-954X.1992.tb00889.x
- Bryman, A. (2018). *Samhällsvetenskapliga metoder* (3e uppl.). Liber.
- Cabral, D., Cunha, L. M., & Vaz de Almeida, M. D. (2019). Food choice and food consumption frequency of Cape Verde inhabitants. *Appetite*, 139, 26-39. doi: 10.1016/j.appet.2019.04.005
- Campbell, Colin. (2005). The Craft Consumer: Culture, craft and consumption in a postmodern society. *Journal of Consumer Culture*, 5(23), 23-42.
- Chowdhury, R. M. M. I. (2019). The Moral Foundations of Consumer Ethics. *Journal of Business Ethics*, 158(3), 585-601. doi: 10.1007/s10551-017-3676-2
- Cronin, J. M., McCarthy, M. B., & Collins, A. M. (2014). Covert distinction: how hipsters practice food-based resistance strategies in the production of identity. *Consumption, Markets & Culture*, 17(1), 2-28. doi: [10.1080/10253866.2012.678785](https://doi.org/10.1080/10253866.2012.678785)
- Douglas, M. & Isherwood, B. (1996). *The world of goods: Towards an anthropology of consumption*. London: Routledge.
- Dovelius, J. (2000). *Att samla in och bearbeta data*. Stockholm: Liber.
- Edling, C. & Liljeros, F. (Red.) (2016). *Ett delat samhälle: Makt, intersektionalitet och social skiktning*. Liber AB.
- Elliott, R., & Wattanasuwan, K. (1998). Brand as symbolic resources for the construction of identity. *International Journal of Advertising*, 17(2), 131-144. doi: 10.1080/02650487.1998.11104712
- Fan, A., Almanza, B., Mattila, A. S., Ge, L., & Her, E. (2019). Are vegetarian customers more “green”? *Journal of Foodservice Business Research*, 22(5), 467-482. doi: 10.1080/15378020.2019.1637221
- Fox, N. & Ward, K., J. (2008). You are what your eat? Vegetarianism, health and identity. *Soc Sci Med*. 66(12), 2585-2595. doi: 10.1016/j.socscimed.2008.02.011

Giddens, A. (1996). *Modernitetens följder*. Översättning: Joachim Retzlaff. Lund: Studentlitteratur.

Giddens, A., & Birdsall, K. (2003). *Sociologi* (3e omarb. uppl. nyöversättning: Björn Nilsson ; fackgranskning: Jan Carle). Studentlitteratur.

Granfeldt, Y. (2014). Livsmedel- livets medel. I H. Loodin & L. Nordgren (Red.), *Health Management: Att leda hälsoverksamheter med service i fokus*. Stockholm: Sanoma utbildning.

Grönroos, C. (2015). *Service management och marknadsföring: kundorienterad ledarskap i servicekonkurrensen* (3e uppl.). Liber Ab.

Hjort, T., (2006). Forskning om konsumtionsvillkor för hushåll med knapp ekonomi - ett svagt utvecklat fält. *Socialvetenskaplig Tidskrift, 1*.

Hoffman, S. R., Stallings, S. F., Bessinger, R. C., & Brooks, G. T. (2013). Differences between health and ethical vegetarians. Strength of conviction, nutrition knowledge, dietary restriction, and duration of adherence. *Appetite, 65*, 139-144. doi: 10.1016/j.appet.2013.02.009

Hopwood, C. J., Bleidorn, W., Schwaba, T. & Chen, S. (2020) Health, environmental, and animal rights motives for vegetarian eating. *Plos one 15*(4), 1-20. doi: 10.1371/journal.Pone.0230609

Husz, O. (2004). *Drömmars värde: Varuhus och lotteri i svensk konsumtionskultur 1897-1939*. Hedemora: Gidlund.

Kozinets, R. V., & Handelman, J. M. (2004). Adversaries of Consumption: Consumer Movements, Activism, and Ideology. *Journal of Consumer Research, 31*(3), 391-704. doi:10.1086/425104

Kvale, S. & Brinkmann, S. (2014). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Lund: Studentlitteratur

Manyukhina, Y. (2017). Consumer Food Ethics: Considerations of Vulnerability, Suffering, and Harm. *Journal of Agricultural & Environmental Ethics, 30*(4), 595-614. doi:10.1007/s10806-017-9689-0

Muniz, A. & O'Guinn, T. (2001). Brand community. *Journal of consumer research, 27*(3), 412-432. doi:10.1086/319618

- Neo, H. (2016). Ethical consumption, meaningful substitution and the challenges of vegetarianism advocacy. *Geographical Journal*, 182(2), 201-212. doi:10.1111/geoj.12130
- Nezlek, J. B., & Forestell, C. A. (2020). Vegetarianism as a social identity. *Current Opinion in Food Science*, 33, 45-51. doi:10.1016/j.cofs.2019.12.005
- Paterson, M. (2018). *Consumption and everyday life* (2nd ed.). Routledge.
- Plante, C. N., Rosenfeld, D. L., Plante, M., & Reysen, S. (2019). The role of social identity motivation in dietary attitudes and behaviors among vegetarians. *Appetite*, 141, 1-9. doi:10.1016/j.appet.2019.05.038
- Rennstam, J. & Wästerfors, D. (2015). *Från stoff till studie: Om analysarbete i kvalitativ forskning*. Studentlitteratur AB Lund.
- Rosenfeld, D. L., & Burrow, A. L. (2017a). The unified model of vegetarian identity: A conceptual framework for understanding plant-based food choices. *Appetite*, 112, 78-95 doi:[10.1016/j.appet.2017.01.017](https://doi.org/10.1016/j.appet.2017.01.017)
- Rosenfeld, D. L., & Burrow, A. L. (2017b). Vegetarian on purpose: Understanding the motivations of plant-based dieters. *Appetite*, 116, 456-463. doi:[10.1016/j.appet.2017.05.039](https://doi.org/10.1016/j.appet.2017.05.039)
- Rosenfeld, D. L. (2019). A comparison of dietitian identity profiles between vegetarians and vegans. *Food Quality and Preference*, 72, 40-44. doi:10.1016/j.foodqual.2018.09.008
- Rosenfeld, D. L., & Rothgerber, H. & Janet Tomiyama, A.. (2020). From mostly vegetarian to fully vegetarian: Meat avoidance and the expression of social identity. *Food Quality and Preference*, 85. doi: 10.1016/j.foodqual.2020.103963
- Schoolman, E. D., Kennedy, E. H., & Johnston, J. (2019). Doing Right and Feeling Good: Ethical Food and the Shopping Experience. *Sociological Perspectives*, 62(5), 668-690. doi:[10.1177/0731121419855598](https://doi.org/10.1177/0731121419855598)
- Solomon, M.R., Bamossy, G., Askegaard, S., & Hogg, M.K. (2010). *Consumer Behaviour - A European Perspective* (4e uppl.). England: Prentice Hall.
- Soneryd, L., & Ugglå, Y. (2011). *(O)möjliga livsstilar : samhällsvetenskapliga perspektiv på individualiserat miljöansvar*. Studentlitteratur.
- Stein, K. (2004). Keeping up with a continuing trend in foodservice. *Journal of the American Dietetic Association*, 104(9), 1343-1344.

Steven Hitlin. (2003). Values as the core of personal identity: drawing links between two theories of self. *Social Psychology Quarterly*, 66(2), 118.

Veronese, N., & Reginster, J.-Y. (2019). The effects of calorie restriction, intermittent fasting and vegetarian diets on bone health. *Aging Clinical & Experimental Research*, 31(6), 753-758.

Williams, A. (2002). *Understanding the hospitality consumer*. Butterworth-Heinemann.

Östberg, J. & Kaijser, L. (2010). *Konsumtion*. Liber AB.

8. Bilagor

8.1 Intervjuguide

Bilagan utgör de frågor vi utgick ifrån under intervjuerna. Utöver nedanstående frågor kunde följdfrågor tillkomma vilka var specifika för samtalets innehåll med varje respondent.

Inledning:

- Går det bra om vi spelar in intervjun?
- Vi vill informera dig att du är när som helst kan avbryta ditt deltagande under intervjun.
- Materialet kommer endast användas till forskningens syfte och dina uppgifter kommer behandlas anonymt.
- Presenterar studiens syfte och intervjuens innebörd.

Tema 1: Personlig bakgrund

1. Berätta lite om dig själv.
 - a. Hur gammal är du?
 - b. Vart bor du?
 - c. Vad är din sysselsättning?
2. Var kommer du ifrån?
3. Hur såg din syn ut på mat under din uppväxt? Tänkte du till exempel på vad du åt och var maten kom ifrån?
4. När blev du vegetarian?
 - a. Vad var det som motiverade dig att ta det beslutet?
 - b. Vilka faktorer tror du påverkade ditt val?
 - c. Hur har ekonomiska aspekter spelat roll för ditt val att bli vegetarian?
5. Skedde det över en dag eller var det mer en process när du valde att sluta konsumera köttbaserade livsmedel?

Tema 2: Sociala faktorer

1. Finns det människor i din umgängeskrets (familj, nära vänner och kollegor) som är vegetarianer?
 - a. Hur kommer det sig att de följer denna kosthållning?
 - b. Är ni vegetarianer av samma anledning?
2. Hur beter du dig i situationer bland allätare (människor som äter all typ av mat)?
 - a. Vad skapar det för känslor hos dig kring deras val av kosthållning?
 - b. Finns det människor du ser annorlunda på som inte använder sig av en vegetarisk kosthållning?
3. Följer du din vegetariska kosthållning även när du befinner dig i sociala sammanhang, som exempelvis släktkalas?
 - a. Om nej, varför inte isåfall?

Tema 3: Konsumtion

1. Hur kommer det sig att du konsumerar vegetariskt mat idag?
2. Finns det någon koppling mellan din kosthållning när du var barn/tonåring och den kosthållning du konsumerar idag?
 - a. Hur anser du att kopplingen med din kosthållning från när du var liten har påverkat din kosthållning du har idag?
 - b. Finns det något livsmedel som du stötte på i hemmet som barn/tonåring som du aldrig skulle konsumera idag?
 - c. Om ja, vad fick dig att vilja konsumera detta livsmedel då men inte idag?
3. Om du ska laga middag till bara dig själv och är ensam hemma, skulle du fortfarande välja att äta vegetarisk mat eller resonerar du annorlunda om ingen ser?
4. Hur känner du kring människor som inte äter vegetarisk mat?
 - a. Upplever du att ett avstånd skapas mellan er?
5. Finns det några vegetariska livsmedel som du aktivt försöker få andra att konsumera?

6. Kan du komma på ett specifikt tillfälle när du fått förutfattade meningar om en person genom deras konsumtionsval av kost?

Tema 4: Identitet

1. Förr i tiden var ens yrke också det man förknippade sin identitet med. De som arbetade som lärare såg sig själva som lärare även utanför deras arbete. Hur skulle du vilja identifiera dig själv med ditt yrke idag?
2. Hur tror du andra uppfattar dig som person?
3. Finns det någon skillnad i den du faktiskt är och den du eftersträvar att vara?
4. Identifierar du dig själv som vegetarian eller som en person som bara väljer att äta vegetarisk kosthållning?
5. Gillar du att associera dig med att vara vegetarian?
 - a. Vilka känslor skapar detta hos dig?
 - b. Finns det något sammanhang när du anser att det är extra viktigt att visa att du är vegetarian?
6. Finns det grupper som intresserar sig för vegetarianism som du aktivt söker dig till och i så fall varför?
 - a. Kan detta skilja beroende på i vilket sammanhang du befinner dig i?
7. Om en person du gillar och vill associeras med konsumerar en viss typ av kosthållning, skulle deras kosthållning kunna påverka dina val av livsmedel?
 - a. Skulle du förändra din kosthållning eller livsstil utifrån detta?

Tema 5: Trend

1. Känner du att det har blivit en trend under de senaste 5-10 åren att konsumera mer grönt och äta vegetarisk kost?
 - a. Varför/Varför inte?
2. Anser du att trenden har påverkat dina val av livsmedelskonsumtion?
 - a. Varför/Varför inte?

3. Hade du konsumerat en vegetarisk kost även om det inte hade varit trendigt?
 - a. Varför/Varför inte?

Tema 6: Etik

1. Hur ser du på hållbarhet utifrån ett miljöperspektiv när du handlar dina livsmedel?
2. Vad är moral för dig?
 - a. Skulle du anse att agera moraliskt är detsamma som att göra rätt val?
 - b. Hur anser du att moral motiverar dig vid beslut av din kosthållning?
 - c. Hur ser du på moral och att agera för samhällets skull?
3. Hur försöker du bidra till miljön?
 - a. Gör du några göra hållbara val i din vardag?
4. Anser du att samhället formar vad som anses vara rätt att konsumera bland livsmedel?
 - a. Varför/Varför inte?
 - b. Hur upplever du att samhället påverkar dig och dina värderingar gällande din kosthållning?
5. Hur ser du på folk som väljer att konsumera vegetariskt?
6. Hur ser du på folk som väljer att inte konsumerar vegetariskt?
7. Tror du vi kan säga något om personer genom deras val av kosthållning?
 - a. Varför/varför inte?
8. Tänker du på dina vegetariska värderingar när du handlar varor och produkter utöver livsmedel?

Avslutning

- Tacka för intervjun
- Har vi missat någon synvinkel som du vill framföra?
- Känner du att du har fått besvara ditt “varför” till bakomliggande faktorerna som motiverade dig att bli vegetarian?
- Återigen tacka och meddela att respondenten kan höra av sig igen om de skulle komma på något de glömde säga under intervjun.

8.2 Missivbrev

Hej,

Tack för att du vill ställa upp och delta i vårt examensarbete. Uppsatsen kommer att beröra ämnet identitet kopplat till vegetarianism. Frågor i intervjun kommer kretsa kring bakomliggande faktorer till varför du valt att följa en vegetarisk kosthållning. Intervjun kommer ta cirka 30-60 minuter och den kommer att spelas in för att sedan transkriberas. Materialet kommer att anonymiseras innan det används. Intervjumaterialet kommer endast att användas till vårt examensarbete och inga obehöriga kommer ha tillgång till materialet. Vi vill uppmärksamma att det färdiga examensarbetet kommer att publiceras offentligt på Lunds universitets hemsida. Deltagandet är frivilligt och du kan därför när som helst avbryta intervjun. Säg till om du har några frågor, annars ses vi på avtalad plats och tid.

Tack på förhand,

Isabella och Stina