

Bachelor's thesis

Anna Eline M. Fjøsne
Birgitte Senstad

May 2021

NTNU

Norwegian University of Science and Technology
Faculty of Natural Sciences
Department of Biotechnology and Food Science

Bachelor's thesis

2021



Anna Eline M. Fjøsne
Birgitte Senstad

Bachelor's thesis
May 2021

NTNU
Norwegian University of Science and Technology
Faculty of Natural Sciences
Department of Biotechnology and Food Science



Norwegian University of
Science and Technology



NTNU - Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet
Institutt for bioteknologi og matvitenskap

BACHELOROPPGAVE 2021

20 studiepoeng

Forbrukerholdninger til bruk av ulike røykemetoder i produksjon av kaldrøkt laks

En kvalitativ studie med fenomenologisk tilnærming til fokusgruppeintervjuer

utført av

Anna Eline M. Fjøsne

Birgitte Senstad

Dette arbeidet er gjennomført som ledd i bachelorutdanningen i matteknologi ved Institutt for bioteknologi og matvitenskap, NTNU. Bruk av oppgavens innhold skjer på eget ansvar.

Sammendrag

Kaldrøyking på tradisjonelt vis kan tilføre laks uønskede stoffer som kan være skadelige og kreftfremkallende. Ved å bruke rensert konsentrert røyk, fjerner man disse stoffene, og metoden er derfor sunnere. Alternative metoder for røyking av laks er dog ikke særlig kjent og benyttes ikke kommersielt i dag. I denne bacheloroppgaven ville vi undersøke holdninger til bruk av ulike røykemetoder i produksjon av kaldrøkt laks. Oppgaven er relatert til Lene Waldenstrøms Ph.d. «*Sammenligning og utvikling av sensorisk metodikk på marint råstoff*».

Det ble brukt en kvalitativ metode der det ble gjennomført fokusgruppeintervjuer med fenomenologisk tilnærming. Hensikten med tilnærmingen var å studere verden slik mennesker oppfatter den, og gi en presis beskrivelse av deres opplevelser, holdninger og forståelse av et fenomen. I dette tilfelle var fenomenet *ulike røykemetoder*, som innebar tradisjonelt kaldrøkt laks og alternativ kaldrøyking av laks. Informanter ble rekruttert til fokusgruppene på bakgrunn av en holdningsundersøkelse, og basert på svarene delt inn i tre grupper; nøytral, positiv og negativ til kaldrøkt laks og alternative røykemetoder. Fokusgruppene bestod av fem personer i hver gruppe, og intervjuene ble gjennomført digitalt.

Funnene fra fokusgruppeintervjuene gjorde det mulig å kartlegge kjennetegn hos forbrukergrupper med lignende holdninger til fenomenet. Funnene viste at informantene hadde manglende kunnskap om alternative røykemetoder. Alle gruppene foretrakk tradisjonelt kaldrøkt laks, og generelt var alle skeptiske til røykkonsentrat i større eller mindre grad, men av ulike årsaker. Hovedfunnene viser at forbrukergruppene opplevde fenomenet *ulike røykemetoder* relativt likt, og at det var et mindretall som var positive til alternativ røyking av laks.

Det kan antas at holdningene ville endret seg med økt kunnskap om fenomenet *ulike røykemetoder*, og at informasjon om at alternativ røyking er sunnere enn tradisjonell metode vil bidra til en positiv holdningsendring til alternativ røyking. Dette kan være et interessant tema for videre studier.

Abstract

Cold-smoking in the traditional way can add unwanted substances to salmon that can be both harmful and carcinogenic. By using purified concentrated smoke, these substances are removed, and the method is therefore healthier. However, alternative methods of smoking salmon are not very well known and are not used commercially today. In this bachelor thesis, we wanted to investigate attitudes to the use of different smoking methods in the production of cold-smoked salmon. The thesis is related to Lene Waldenstrøm's Ph.d. "*Sammenligning og utvikling av sensorisk metodikk på marint råstoff*".

A qualitative method was used where focus group interviews were conducted with a phenomenological approach. The purpose of the approach was to study the world as people perceive it, and to give a precise description of their experiences, attitudes and understanding of a phenomenon. In this case, the phenomenon was *different smoking methods*, which involved traditionally cold-smoked salmon and an alternative cold-smoking of salmon. Informants were recruited to the focus groups on the basis of an attitude survey and based on the answers divided into three groups: neutral, positive and negative to cold-smoked salmon and alternative smoking methods. The focus groups consisted of five people in each group, and the interviews were conducted digitally.

The findings from the focus group interviews made it possible to map characteristics of consumer groups with similar attitudes to the phenomenon. The findings showed that the informants had a lack of knowledge about alternative smoking methods. All groups preferred traditionally cold-smoked salmon, and in general all were sceptical of smoke concentrate to a greater or lesser degree, but for different reasons. The main findings show that the consumer groups experienced the phenomenon of *different smoking methods* relatively similarly, and that there was a minority who were positive to alternative smoking of salmon.

It can be assumed that attitudes would change with increased knowledge about the phenomenon of *different smoking methods*, and that information that alternative smoking is healthier than traditional methods will contribute to a positive change in attitude to alternative smoking. This can be an interesting topic for further study.

Forord

Vår bacheloroppgave ble utformet i samarbeid med Lene Waldenstrøm, som en del av bachelorprogrammet matvitenskap, teknologi og bærekraft ved institutt for bioteknologi og matvitenskap, fakultet for naturvitenskap, NTNU Trondheim

Vi vil gi en stor tusen takk til våre veiledere Lene Waldenstrøm (NTNU Trondheim) og Åse Strand (NTNU Trondheim) for god veiledning og hjelp ved behov. Vi har lært utrolig mye av dere.

I tillegg vil vi takke informantene som stilte opp til intervju, studien hadde ikke vært mulig uten dere.

Trondheim, 20 mai 2021

Anna Eline M. Fjøsne

A handwritten signature in black ink, reading "Anna Eline M. Fjøsne". The signature is written in a cursive style with a light grey rectangular background behind it.

Birgitte Senstad

A handwritten signature in black ink, reading "Birgitte Senstad". The signature is written in a cursive style.

Innholdsfortegnelse

1. Innledning	1
2. Teori.....	2
2.1 Røkt laks	2
2.2 Røykemetoder	3
2.2.1 Tradisjonell kaldrøyking	3
2.2.2 Alternativ røyking	3
2.3 Forbrukers holdning til alternativ røyking og viktigheten av naturlig	4
2.4 Tillit til forskning og forbrukerbevissthet	6
2.5 Metoder for innhenting av data	6
2.5.1 Fenomenologisk metode	7
2.6 Pålitelighet, gyldighet og generaliserbarhet i kvalitativ forskning	9
2.7 Utvalg av informanter	11
2.8 Ulike intervjuformer	11
2.8.1 Fokusgruppeintervju	11
3. Metode	13
3.1 Forarbeid knyttet til databehandling	13
3.2 Rekruttering og utvelgelse av informanter.....	13
3.3 Intervjuguide	15
3.4 Gjennomføring av fokusgrupper med fenomenologisk tilnærming.....	16
3.5 Databehandling	17
3.6 Rolleavklaring og eget ståsted	17
4. Funn	19
4.1 Holdninger og utsagn knyttet til tradisjonell røyking av laks	21
4.2 Holdninger og utsagn knyttet til bruk av røykkonsentrat til røyking av laks.....	22
4.3 Tillit til forskning – hva hemmer og fremmer tillit?.....	23
4.4 Hva betyr naturlig i matsammenheng?	24
4.5 Bevissthet rundt valg.....	25
4.6 Holdninger og utsagn til nytt produkt og emballasje	28
5. Vurdering	30
5.1 Metode og utvalg	31
5.1.1 Utvelgelsen av informanter	31
5.1.2 Intervjuguide	32
5.1.3 Fokusgruppe med fenomenologisk tilnærming.....	34
5.2 Vurdering av funn	34
5.2.1 Holdninger knyttet til tradisjonell røyking av laks	34
5.2.2 Holdninger knyttet til bruk av røykkonsentrat til røyking av laks	35

5.2.3 Tillit til forskning – hva hemmer og fremmer tillit?	36
5.2.4 Hva betyr naturlig i matsammenheng?	37
5.2.5 Bevissthet rundt valg.....	39
5.2.6 Holdning til nytt produkt og emballasje.....	41
5.2.7 Våre betraktninger.....	42
5.3 Forslag til videre studier	44
6. Konklusjon.....	45
7. Referanseliste.....	47

Vedleggsfortegnelse

1. Informasjonsskriv holdningsundersøkelse
2. Informasjonsskriv fokusgruppe
3. Intervjuguide
4. Holdningsundersøkelsen
5. Excel-ark med kategorisering av de 28 aktuelle informantene
6. Eksempel fra transkripsjon, koding og kondensering

1. Innledning

Denne bacheloroppgaven er en del av Lene Waldenstrøm sin Ph.d. «*Sammenligning og utvikling av sensorisk metodikk på marint råstoff*». Waldenstrøm har blant annet sammenlignet konvensjonelt kaldrøkt laks med kaldrøkt laks produsert ved bruk av alternative røykemetoder ved å beskrive produktene, samt måle forbrukeraksept og holdninger. Mye er allerede undersøkt (Waldenstrøm, Wahlgren, Lerfall, & Gaarder, u.å.a; (Waldenstrøm, Wahlgren, Lerfall, & Gaarder, u.å.b), men tanken er å komplementere funnene ved å benytte kvalitative intervjuteknikker. Kaldrøkt laks produsert med ulike røykemetoder er noe Waldenstrøm antar egner seg for å undersøke holdninger og forbrukeraksept da bruk av alternative røykemetoder, ofte omtalt som røykaroma, røyksyre, flytende røyk osv., er noe mange har en mening om og er engasjert i.

Problemstillingen vår var å undersøke holdninger til bruk av ulike røykemetoder i produksjon av kaldrøkt laks ved hjelp av kvalitativ metodikk. Det finnes ulike kvalitative metodikker, og i vår oppgave valgte vi å bruke fokusgruppeintervju med en fenomenologisk tilnærming som metode.

Hovedmålet med denne bacheloroppgaven var å undersøke og kartlegge kjennetegn hos forbrukergrupper med lignende holdninger til tradisjonell kaldrøkt laks og alternativ kaldrøyking av laks. For å oppnå hovedmålet satte vi oss tre delmål:

Delmål 1 var å foreta et dypdykk i tidligere undersøkelser og publisert materiale gjennomført av Waldenstrøm for å velge ut spørsmål til en innledende holdningsundersøkelse, gjennomføre denne, samt utarbeide en intervjuguide til fokusgruppeintervjuene.

Basert på svarene fra den innledende holdningsundersøkelsen ble informantene delt inn i tre grupper ut fra om holdningene deres var positive, nøytrale eller negative til kaldrøkt laks og bruk av alternative røykemetoder. Delmål 2 var å gjennomføre fokusgruppeintervjuer med 5-6 personer i hver av de tre gruppene.

Delmål 3 var å bearbeide materiale fra fokusgruppeintervjuene, slik at vi kunne se på kjennetegn i de ulike gruppene fra delmål 2. Ved bearbeiding ønsket vi også å se om funnene fra fokusgruppeintervjuene var i samsvar med Waldenstrøm sine tidligere funn.

2. Teori

Dette kapittelet vil beskrive teori og bakgrunnsinformasjon som er relevant til vår problemstilling. Teorien har et fokus på røkt laks og ulike røykemetoder slik som tradisjonell og alternativ røyking av laks, forbrukerholdninger til alternativ røyking og viktigheten av naturlig, samt tillit til forskning og forbrukerbevissthet. Deretter foretar vi teori om pålitelighet, gyldighet og generaliserbarhet i kvalitativ forskning, metoder for innhenting av data, fenomenologisk metode, utvalg av informanter og til slutt ulike intervjuformer med fokus på fokusgruppeintervju.

2.1 Røkt laks

Røyking av mat er en av de eldste konserveringsmetodene vi kjenner til, og har antagelig sin opprinnelse i at folk hang fisk og kjøtt høyt oppunder taket under ildsteder for å holde maten trygg. I dag er røyking sammen salting og tørking en kombinert konserveringsmetode, og benyttes til kald – og varmrøyking av blant annet laksefileter. Røyken i seg selv er noe konserverende ved at den inneholder stoffer som hindrer harskning og tilfører antioksidanter, men kombineres med salting og tørking for få en tilstrekkelig konservering (Lynum, 1999, s. 126, 129).

I røkt laks vil salt senke vannaktiviteten og begrense levevilkårene for mikroorganismer. Det vil i tillegg redusere reaksjonshastigheten for biokjemiske prosesser, inkludert nedbrytningen av proteiner og nukleotider (Karlsen, Hannisdal, Skeie, Lerfall, & Wicklund, 2018, s. 33-34). Saltingen forlenger dermed holdbarheten på produktet, samt at det gir en god smak og aroma (Lynum, 2005, s. 304-305). Tørking av laksefileten vil senke vannaktiviteten ytterligere. En tørr overflate vil gi en stabil og fast skorpe, som danner en fysisk barriere for mikroorganismer. Den tørre overflaten vil også gi opptak av stoffene man ønsker fra røyken (Lynum, 2005, s. 416-417).

Tradisjonelt sett varm- eller kaldrøykes laksen som filet. Ved kaldrøyking vil ikke temperaturen overstige 25°C, mens ved varmrøyking vil laksen røykes på en temperatur rundt 40-50°C til fisken får en kokt konsistens (Lynum, 1999, s. 128; Lynum, 2005, s. 418). Det jobbes også i dag med alternative røykemetoder som for eksempel rensed, flytende røyk som er et sunnere alternativ til røyking av laks (Valø, 2019, s. 3-4).

2.2 Røykemetoder

2.2.1 Tradisjonell kaldrøyking

Ved tradisjonell kaldrøyking av laks får man røykdannelse fra ufullstendig forbrenning av treflis med liten oksygentilgang, også kalt pyrolyse (Lynum, 2005, s. 383). Flisen spaltes til ulike røykkomponenter slik som sot, gass, askepartikler, samt svevedråper av tjære og vann. (Lynum 1999 s. 127). Ved avkjøling av røyken vil vanndråpene utgjøre en flytende tre-eddikfase, som består av små hydrofile, vannløselige molekyler. Mens tjæredråpene vil utgjøre tjærefase, som inneholder større hydrofobe, ikke-løselige molekyler (Lynum, 2005, s. 383). Ved mangelfull tørking vil laksefileten absorbere de vannløselige molekylene i stor grad, og fileten vil få en sur og dårlig smak (Lynum, 2005, s. 396). Ved tilstrekkelig tørking derimot vil fileten absorbere i større grad de hydrofobe molekylene, og man vil få en fyldig og mild aromatisk smak. Man vil også få gode antioksidanter og antibakterielle egenskaper fra eksempelvis fenoler (Lynum, 2005, s. 394; Karlsen et al., 2018, s. 41-42). Kaldrøyking av laks er en tidkrevende prosess, da man ønsker en temperatur under 25°C i røykgassen over lengre tid. Det anses derfor som et rått produkt der råvarekvalitet og produksjonsprosedyrer er viktig, samt at salting, tørking og en opprettholdt kjøletemperatur er essensielt for å få et trygt produkt (Valø, 2019, s. 2)

Trerøyk består av flere bioaktive forbindelser slik som sot, aske og gruppen polisykliske aromatiske hydrokarboner (PAH) (Valø, 2019, s. 1). Gruppen PAH inneholder flere kjente kreftfremkallende stoffer slik som benzopyren, og PAH-innholdet i røyken er størst ved høye glødetemperaturer (Lynum, 2005, s. 388-389; Uggerud, 2019). Fokuset på PAHs og kreftfare i sammenheng med røykte produkter er blitt nedtonet i nyere tid, da andre produkter viser seg å inneholde betydelig høyere konsentrasjoner. Det er likevel et fokus på å senke innholdet av PAH i mat så godt det lar seg gjøre (Lynum, 2005, s. 400-402).

2.2.2 Alternativ røyking

Til alternativ røyking benyttes vanligvis røykkonsentrat i flytende form, og man kan dyppe, pensle eller spraye det på for å smaksette og konservere laksefileten. Tradisjonell kaldrøyking vil som nevnt tilføre uønskede stoffer som sot, aske og polisykliske aromatiske hydrokarboner (PAH). Ny og innovativ produksjonsteknologi vil bidra til at slike uønskede stoffer kan fjernes. Ved bruk av rensert røykkonsentrat vil man kunne produsere både på en mer kostnadseffektiv og sunnere måte (Valø, 2019, s. 1, 3). Rensert konsentrert røyk produseres fra flis, der prosessene oppvarming, kondens, separering og filtrering vil fjerne

PAH, sot og aske. Til denne prosessen benyttes det komprimert luft i et lukket kammer, der det tilsettes forstøvet damp i sykluser. Denne prosessen i kombinasjon med tørking vil gi en røyk som stort sett vil bestå av organiske syrer, fenoler, karbonylforbindelser og alkoholer og gir dermed en renere, konsentrert røyk (Hannisdal, u.å.; Valø, 2019, s. 4). Disse stoffene bidrar til blant annet aroma, fargedannelse og antimikrobiell virkning (Hannisdal & Hemmer, 2017, s. 154). Røyken må festes til en bærer, som for eksempel vann, alkohol eller eddik, og anvendes som for eksempel konsentrat (Hannisdal & Hemmer, 2017, s. 161). Bruken av røykkonsentrat gjør det mulig å fremheve ønsket smak og aroma i produktet. Påføring av røykkonsentrat gir en jevnere fordeling av røyk (Valø, Jacobsen, & Lerfall, 2020, s. 1-2). For å ivareta den kjente røkelaksens utseende kan produktet tørkes i spesielle varmeskap for å oppnå ønsket konsistens og overflate. På en annen side vil den konserverende effekten fra trerøyk være fraværende, og produktet kan ødelegges av mugg (Lynum, 2005, s. 406-407).

Bruk av røykkonsentrat vil kreve et høyere saltinnhold enn hva som benyttes ved tradisjonell røyking. Et saltinnhold på 2,5-3,5% vil være nødvendig for å unngå og hemme bakterievekst (Valø, Jacobsen, & Lerfall, 2020, s. 2). Dette strider mot generelle helseanbefalinger om å senke saltinntaket (Helsenorge, u.å.). For å imøtekomme anbefalingene om saltreduerte produkter trekker Valø (2019) frem i sin mastergrad at det kan være aktuelt med bruk av salterstatninger som natriumacetat, natriumlaktat eller natriumcitrat. Dette er salterstatninger som gir tilsvarende antibakteriell effekt som natriumklorid, og vil kunne bidra med ønskede sensoriske egenskaper med en lavere innhold av salt (Valø, 2019, s. 5).

Det anvendes alternative røykpreparater til røyking av kjøtt i dag (Mattilsynet, 2018), men det er ikke tatt i bruk til kommersiell produksjon av røkelaks.

2.3 Forbrukers holdning til alternativ røyking og viktigheten av naturlig

Det er tidligere gjennomført forskningsprosjekter på alternativ røyking av laks, som bruker røykkonsentrat eller flytende røyk (liquid smoke). Disse fokuserer dog mest på kjemiske, fysiske eller mikrobielle parametere, og i liten grad på forbrukerens holdninger (Valø, 2019; Valø, Jacobsen, & Lerfall, 2020; Varlet et al., 2007). Valø (2019) fokuserte i sin mastergrad på å sammenligne tradisjonell røyking med rensert konsentrat røyk, i kombinasjon med kaliumlaktat. Valø, Jakobsen og Lerfall (2020) publiserte en artikkel der de undersøkte kvalitet og mikrobiell stabilitet i kaldrøyket laks med røykkonsentrat. Varlet et al (2007) gjennomførte en studie på sensorikk og PAH tilknyttet røkelaks produsert med fire ulike

røykemetoder. Resultatene viste en signifikant sammenheng mellom røykeprosessparametere, lukten til den røykte fisken og tilstedeværelsen av PAH.

Som en del av Waldenstrøm sin Ph.d. «*Sammenligning og utvikling av sensorisk metodikk på marint råstoff*» ble det gjennomført en holdningsundersøkelse med fokus på kaldrøkt laks og bruk av alternative røykemetoder (Waldenstrøm et al., u.å.a). 487 tilfeldige informanter ble rekruttert via Facebook. En informant defineres til å være en person man henter informasjon fra (Nilstun, 2018). Hensikten med undersøkelsen var å kartlegge informantenes holdninger til kaldrøkt laks, inkludert bruken av alternative røykemetoder. Kriteriet for å delta i undersøkelsen var at man måtte være over 18 år og spise røkt laks minimum én gang i året (Waldenstrøm et al., u.å.a).

Hovedandelen av informantene var nøytrale eller negative til bruk av røykkonsentrat. De som var negative til bruk av tilsetningsstoffer var også negative til bruk av røykkonsentrat. Det trekkes frem at dette var fordi de trodde at røykkonsentrat besto av tilsetningsstoffer som gjør maten mindre trygg, smakfull, naturlig eller sunn. Bevissthet rundt helse var også karakteristisk for skeptiske informanter, og dette var knyttet til mattrygghet, miljøpåvirkning og bruk av tilsetningsstoffer. Selv om miljøpåvirkning ble tilknyttet dette, stilte de aller fleste seg nøytrale til om de trodde røykkonsentrat ville være bedre for miljøet. Informanter i ung alder med høyere utdanning var mest tolerante ovenfor bruken av røykkonsentrat som prosesseringsmetode for kaldrøkt laks. Det kom frem i undersøkelsen at informantene som forholdt seg nøytrale til bruk av røykkonsentrat, også manglet kunnskap om temaet. Det ble foreslått å undersøke om holdningene ville endre seg i takt med økt kunnskap og informasjon i en kommende studie (Waldenstrøm et al., u.å.a)

229 av 487 informanter i Waldenstrøms et al (u.å.b) holdningsundersøkelse var enige i påstanden «*røykkonsentrat i laks er ikke naturlig*». Dette er interessant fordi *naturlig* åpenbart er viktig for forbruker. Begrepet er dog uten noen klar definisjon, men en forbrukerundersøkelse gjennomført i 2018 avdekket at *naturlig* assosieres med sunt, 100% fra naturen og uten kunstige tilsetninger (Ipsos, 2018). At *naturlig* er viktig for forbruker trekkes også frem av Bugge (2015), som hevder dette kommer av et ønske om en motvekt til den moderne industrielle matproduksjonen. Fokuset på naturlig mat antas å kunne kobles opp til utfordringer knyttet til helse, miljø og etikk (Bugge, 2015, s. 87). Mattilsynet (2017) skriver følgende på matportalen.no: "*Naturlig*" er et ord som ofte brukes til å markedsføre mat, og mange forbrukere oppfatter slike varer som sunnere og av bedre kvalitet». Videre skrive de

at en del forbrukere som bekymrer seg for bruken av tilsetningsstoffer, ofte foretrekker å kjøpe produkter som et markedsført som et *naturlig* produkt (Mattilsynet, 2017).

2.4 Tillit til forskning og forbrukerbevissthet

Forskningsrådet gjennomførte i 2020 sin niende måling av nordmenns tillit til forskning. 89% har meget stor eller ganske stor tillit til forskning på generelt grunnlag. Samtidig svarte 30% at de var enige i påstanden «*forskningsresultater er ofte kjøpt opp av industri eller myndigheter og er dermed ikke til å stole på*» (Evensen, 2020). Ved markedsføring av innovativ mat poengterer seniorforsker i Nofima, Themis Altintzoglou, at det er viktig med åpenhet rundt produktet og måten det produseres på. Han skriver videre at til tross for åpenheten, vil informasjon om prosesseringsmetoder som er ny for forbrukeren kunne gi grobunn for skepsis (Altintzoglou T., 2021).

I en kjøpsituasjon er det mange aspekt som avgjør hva vi velger. Dette kan være utseende og fargebruk på forpakning, produsent og merkevarenavn, prosesseringsmetode og pris (Cardinal, et al., 2004). Nordmenn handler det som er kjent, og styrer unna det ukjente ifølge dagligvareekspert Jan Hillesland. Det er behovet for trygghet som gjør nordmenn trofaste mot kjente merkevarer fordi de vet hva de får og dermed opptrer som vanedyr i butikken (Hillesland, 2017). Det kommer frem i en forbrukerundersøkelse gjennomført i 2021 at forståelsen av egen forbrukermakt har økt i løpet av 2020. Under COVID-19 pandemien har fokuset på å handle norsk mat økt hos norske forbrukere. Det er større fokus enn tidligere på at valg man tar som forbruker skal ha en betydning, og det er stor tillit til at norske bønder følger norske regler som også ivaretar dyrehold og dyrevelferd (Aker & Sundqvist, 2021).

2.5 Metoder for innhenting av data

Når man vil tilegne seg informasjon har man to vesentlige tenkemåter innen samfunnsforskning: kvantitativ og kvalitativ metodikk (Tjora, 2021, s. 26). En kvalitativ tilnærming brukes for å få en forståelse av en hendelse eller et fenomen, med utgangspunkt i personers meninger og opplevelser (Tjora, 2021, s. 27). Et eksempel på dette er at man ber en liten gruppe mennesker skrive dagbok om deres ferievaner, for å beskrive hvor de drar og hva de finner på (Johannessen, Rafoss, & Rasmussen, 2016, s. 29). En kvantitativ tilnærming vil derimot innhente data i form av tall (Tjora, 2021, s. 27). Eksempelvis kan man sende ut et spørreskjema til en større del av befolkningen der de kun krysser av deres ferievaner, og man i ettertid teller opp hvor utbredt det er å reise til for eksempel Danmark (Johannessen et al., 2016, s. 28).

En kvantitativ tilnærming vil ofte ha en framgangsmåte som er deduktiv (teori- og hypotesedrevet), i motsetning til kvalitativ tilnærming som er mer induktiv (eksplorerende og empirisk drevet) (Tjora, 2021, s. 27). Ved å benytte kvalitativ tilnærming kan man få et innblikk i menneskers oppfattelse av verden og livet. Gjennom interaksjoner kan man få en bedre forståelse for menneskers holdninger, følelser og opplevelser (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 18). Samtale blir dermed et viktig element når man vil kartlegge opplevelser og få frem betydningen av folks erfaringer (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 20).

Kvalitativ forskning kjennetegnes av å være kreativ, utforskende, systematisk og strukturert (Tjora, 2021, s. 27). Innenfor kvalitativ forskning finnes det flere ulike analysemetoder, eksempelvis analyse av casestudie, diskursanalyse og fenomenologisk analyse. Disse metodene kan gi et innblikk på ulike måter i hvordan mennesker opplever et fenomen, gjennom å hente inn data med blant annet intervjuer, observasjoner eller tekst (Johannessen et al., 2016, s. 78, 173, 223; Wæhle, Dahlum, & Grønmo, 2020; Tjora, 2021, s. 49). Et fenomen er forekomsten av noe (Tjønneland, 2019). Det kan være omfattende slik som sosiale ulikheter og rasisme, eller et snevrere fenomen som å leve med en kronisk sykdom. Av disse metodene vil den fenomenologiske analysemetoden gå mest i dybden og gi en beskrivelse av hvordan mennesker erfarer, opplever og forstår et fenomen (Johannessen et al., 2016, s. 78)

2.5.1 Fenomenologisk metode

En fenomenologisk tilnærming handler om å beskrive og utforske mennesker og deres forståelse og erfaringer med fenomener. Eksempelvis kan man ved bruk av denne tilnærmingen få et innblikk i hvilke holdninger veganere har, og hvordan de forstår og har erfart veganisme. Hensikten med tilnærmingen er å studere verden slik som mennesker oppfatter den, og gi en presis beskrivelse av deres opplevelser, holdninger og forståelse. Ved å gi denne beskrivelsen kan forskeren også få et innblikk i bevisstheten til personene, og deres vaner og rutiner i tenking som utgjør fenomenet. For eksempel at noen blir veganer, og kutter ut animalske produkter på grunn av et prinsipielt ståsted som miljøvern. I en fenomenologisk analyse ønsker forsker å forstå meningen med et fenomen sett fra informantenes perspektiv, og til slutt få en økt forståelse og innsikt i deres livsverden (Johannessen et al., 2016, s. 78-79).

«For å forstå verden må vi forstå mennesker. Det er mennesket som konstituerer virkeligheten, ikke omvendt» (Johannessen et al., 2016, s. 79).

For å innhente empirisk data i en fenomenologisk tilnærming kan man benytte et kvalitativt forskningsintervju, eksempelvis dybdeintervju eller gruppeintervju. I en fenomenologisk tilnærming er et kvalitativt forskningsintervju semistrukturert. Et semistrukturert intervju vil si at man verken har et lukket spørreskjema eller en åpen samtale. Intervjuet er enkelt sagt en samtale mellom forsker og informant, som tar utgangspunkt i en intervjuguide, formet på bakgrunn av det man vil undersøke (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 46-47).

En intervjuguide er en liste over temaer og generelle spørsmål, og kan utformes på ulike måter (Johannessen et al., 2016, s.149). Vanligvis består intervjuguiden av oppvarmingsspørsmål, refleksjons- og avrundingspørsmål. Hensikten med oppvarmingsspørsmålene er å stille noen få enkle og konkrete spørsmål som ikke krever mye refleksjon. De skal fremstå ufarlig og uformelle slik at informantene føler at situasjonen er noe de behersker og føler seg trygg i (Tjora, 2021, s. 159-160). Refleksjonsspørsmålene kommer deretter, og er kjernen i intervjuet. Det er ofte tre til seks hovedspørsmål med oppfølgingsspørsmål som har til hensikt å gå i dybden av fenomenet. Her ønsker man at informantene reflekterer over deres erfaringer og opplevelser av fenomenet. Intervjuet avsluttes med avrundingspørsmål. Hensikten her er å avrunde refleksjonen, og gi informantene en sjanse til å følge opp et tema eller spørsmål de vil kommentere (Tjora, 2021, s. 160-161).

Etter at intervjuene er gjennomført vil de skrives ut i sin helhet (transkriberes), og det transkriberte materialet vil være grunnlaget for en fenomenologisk analyse (Johannessen et al., 2016, s. 172). I en fenomenologisk tilnærming er målet å analysere meningsinnholdet, eller enklere sagt, hva informantene forteller i intervjuene. En slik analyse består av fire steg: *1. helhetsinntrykk og sammenfatning av meningsinnhold, 2. koder, kategorier og begreper, 3. kondensering og 4. sammenfatning* (Johannessen et al., 2016, s. 173).

I første steg av analysen vil forskeren danne seg et helhetlig inntrykk av materialet ved å lese igjennom transkripsjonene av intervjuene. Forskeren vil i dette steget lete etter relevante og interessante momenter, og utelukker de mer unødvendige opplysningene. Forskeren bemerker seg den informasjonen som er sentral, og legger vekt på det videre i analysen. Det første steget er den første tolkningen av materialet, noe som naturligvis påvirker videre tolkning. Det er derfor viktig at forskeren er åpen for at tolkning kan endre seg etter hvert som man går videre i analysen (Johannessen et al., 2016, s. 173).

I andre steg av analysen vil forskeren søke aktivt i materialet etter meningsbærende faktorer som er relevant til sin problemstilling. Meningsbærende faktorer kan være utsnitt eller sitater som gir betydningsfull kunnskap og informasjon om innholdet i teksten. For å finne disse kan man foreta en systematisk gjennomgang av materiale, og benytte seg av koder som kategoriserer intervju-uttalelser slik at materialet blir mer oversiktlig. Disse kodene kan sees på som merkelapper, og brukes både på mindre og lengre utsnitt av teksten (Johannessen et al., 2016, s. 173). Kodene organiserer og reduserer materialet, og gjør det lettere å gjennomføre videre analyse og tolkning. Kodene kan anvendes på to ulike vis: kodene kan komme av selve materialet, altså man lager kodene etter hva transkripsjonen inneholder (induktive koder), eller at man former kodene etter hypotesen eller problemstillingen (deduktive koder) (Johannessen et al., 2016, s. 174).

Det tredje steget tar utgangspunkt i kodingen der forskeren velger ut sitater og utsnitt som beskriver meningene til informantene. Steget komprimerer eller *kondenserer* materialet. For utvalget av sitater og utsnitt vil forskeren undersøke nærmere de kodene som ble vektlagt som meningsbærende i steg to. Kodene vil også sorteres etter temaer i dette steget, slik at forsker kan avdekke lignende mønstre, sammenhenger, fellestrekk og forskjeller i materialet. (Johannessen et al., 2016, s. 176-177).

Det siste steget har som mål å analysere materialet. I analysearbeidet vil forskeren identifisere sammenhenger og mønstre i datamaterialet, som i utgangspunktet ikke er mulig å se uten videre undersøkelse. Forskeren kan i dette steget vurdere i hvilken grad den siste tolkningen samsvarer med den første tolkningen fra steg én. Det kan derfor være nyttig å gå tilbake i både kodingen og kondenseringen for å undersøke at man hele veien har vært sann til innholdet i datamaterialet, selv om man har tolket og analysert det (Johannessen et al., 2016, s. 176- 177).

2.6 Pålitelighet, gyldighet og generaliserbarhet i kvalitativ forskning

Innen kvalitativ forskning kan kvalitetskriterier benyttes som en indikator på kvalitet. Ofte blir kriteriene *pålitelighet*, *gyldighet* og *generaliserbarhet* brukt, da disse er innarbeidede kriterier i forskning generelt. Betydningen til kriteriene må derimot tilpasses kvalitativ forskning, slik at den kan vurdere kvaliteten til slik forskning (Tjora, 2021, s. 259).

Pålitelighet handler om interne sammenhenger mellom empiri, analyse og teori i forskningen og synliggjøringen av dette i etterkant, ifølge Tjora (2021, s. 263). Empiri er kunnskap innhentet med hjelp av systematiske undersøkelser i forskning (Malt, 2020). Når man

gjennomfører forskning, er det mange hensyn å ta, men det er viktig at forskningen kan kvalitetssjekkes av andre i etterkant. Det bør derfor komme godt frem hvilken teori man har brukt, da dette kan være med å forme forskningen. Forskerens forhold til temaet som skal diskuteres bør også komme godt frem, samt at man vurderer den påvirkningen man eventuelt kan ha på resultatet. Hvordan man har valgt ut intervjuobjekter, relasjonene mellom intervjuobjektene og intervjuer, bør i tillegg belyses. Det er også viktig å være bevisst på om resultatene hadde blitt det samme om en annen forsker hadde utført undersøkelsen. Dermed blir det viktig å stille følgende spørsmål: Hvordan har man tenkt når man velger ut sitater og observasjoner som er belyste? Hva har man valgt bort, og hvorfor? Er det noe som kan påvirke resultatet i en eller annen retning? Ethvert materiale, fra teori, analyser og funn, kan tolkes, og forskere vil kunne tolke dette ulikt. Forskningen bør være så transparent som mulig for å sikre nettopp påliteligheten (Tjora, 2021, s. 263-266). Transparens betyr åpent, og i transparent forskning vil ingenting holdes skjult (Nilstun, 2020).

Gyldighet handler ifølge Tjora (2021, s. 260) om den logiske sammenhengen mellom hvordan man utformer en undersøkelse, funnene man sitter igjen med og det man ville finne svar på. Er funnene svar på spørsmålene som er stilt? Har man undersøkt det man faktisk tenkte å undersøke, og samsvarer resultatet med spørsmålene som var utformet på forhånd? Valg av metode og teori bør komme godt frem også her, for å sikre transparens og dermed styrke gyldigheten. Det er også viktig å ta hensyn til forskersamfunnet og etablert forskningspraksis for å sikre god praksis og kvalitet på arbeidet som gjøres (Tjora, 2021, s. 260-263).

Generaliserbarhet handler om å kunne vise til funn som muligens kan generaliseres. Generalisering vil si at noe kan ha overføringsverdi til eksempelvis andre områder, grupper eller studier (Tjønneland, 2020). Tjora (2021, s. 268) belyser to ulike former for generalisering; moderat generalisering og konseptuell generalisering. Moderat generalisering går ut på at forskeren tar en bestemmelse på om resultatene er gyldige eller ikke, og i hvilken sammenheng. Det er da viktig å ta hensyn til konteksten forskningen ble gjennomført i, og eventuelle avgrensninger knyttet til dette. Konseptuell generalisering handler om muligheten til å se forskningen i et større bilde, der man kan fremstille funn i for eksempel teorier, modeller og typologier som kan være relevante og benyttes i andre studier og sammenhenger. Kan funnene ha en overføringsverdi eller merverdi i andre sammenhenger og studier? Dette krever teoretiske perspektiver og innsikter (Tjora, 2021, s. 267-273).

2.7 Utvalg av informanter

For å gjennomføre et kvalitativt forskningsintervju trenger man et utvalg informanter som kan uttale seg reflektert om et tema eller fenomen (Tjora, 2021, s. 145). Utvalget vil derfor ha en klar hensikt, og tilfeldig trekking av informanter vil være lite egnet (Johannessen et al., 2016, s. 113, 116). I en kvalitativ undersøkelse vil det legges vekt på hvilke informanter som er mest interessante og relevant med tanke på formålet til undersøkelsen (Johannessen et al., 2016, s. 113). Strategisk utvelgelse er en kvalitativ metode for å ta ut et utvalg i kvalitative undersøkelser. I en slik utvelgelse vil forskeren velge ut hvilken type målgruppe som skal delta i studien slik at man får innhentet den nødvendige dataen (Johannessen et al., 2016, s. 117).

2.8 Ulike intervjuformer

Det finnes som tidligere nevnt ulike intervjuformer. Disse kan anses som verktøy en forsker kan velge mellom. Forskeren kan velge intervjuform etter hva som er formålet med studien, informantens personlige ferdigheter og hva slags kunnskap man søker. De ulike typene intervjuformene har forskjellige former for sosial dynamikk og spørreteknikker (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 172). Eksempler på ulike intervju er dybdeintervju, fokuserte intervju og fokusgruppeintervju. Et dybdeintervju er et lengre intervju mellom forsker og én informant, der man kan ta et dypdykk i informantens livsverden og perspektiv på et fenomen (Tjora, 2021, s. 127-128). Et fokusert intervju er en kortere form for dybdeintervju, og kan brukes til å raskt komme inne på informantens erfaring og opplevelser av fenomenet (Tjora, 2021, s. 140). Av disse skiller fokusgruppeintervjuet seg ut ved at det får frem flere informanters perspektiv og holdninger til et fenomen på samme tid (Tjora, 2021, s. 138).

2.8.1 Fokusgruppeintervju

Fokusgrupper er en form for intervju der man samler et antall informanter som diskuterer eller fokuserer på gitte temaer eller et fenomen (Tjora, 2021, s. 137). Målet med fokusgruppeintervjuet er å få frem informantenes følelser, holdninger og oppfatninger rundt opplevelser knyttet til teamene eller fenomenene som presenteres (Tjora, 2021, s. 138; Bjørklund, 2005). Denne formen for gruppeintervju anses å være en effektiv og økonomisk måte å hente inn kvalitativ data på, da man får intervjudata fra flere informanter på samme tid. I tillegg får man data fra interaksjonen informantene har seg imellom (Tjora, 2021, s. 137-138). Fordeler man kan dra nytte av ved å ha flere informanter i samme intervju er at de gir hverandre trygghet som følge av å sitte i en gruppe, og det kan føre til mer spontane

responser. Informantene stimulerer hverandre til å få fram flere aspekter av opplevelsene av et tema eller fenomen. Ved at informantene kan opplyse hverandre, kan et slikt intervju også være en kilde til nye tanker og refleksjoner innad i gruppen (Tjora, 2021, s. 138).

Som en generell regel for fokusgrupper bør disse være mellom en til to timer, og antall informanter være mellom seks og tolv stykker. Det totale antallet informanter er et kompromiss mellom at informantene skal føle seg trygge, og at nok meninger skal være representert. Alternativet er mindre grupper, også kalt mini-fokusgrupper, som gjerne kan være spesialister innen et tema (Tjora, 2021, s. 138). Sammensetningen av gruppen kan være strategisk, enten ved at man har ytterpunkter i spredning, eksempelvis veganere og kjøttelskere, eller at gruppen er så homogen som mulig, eksempelvis at alle er allmennleger i fokusgruppen. En homogen gruppe kan bidra til en samhørighet i gruppen, og at det ikke statusforskjeller mellom informantene (Tjora, 2021, s. 139).

I et fokusgruppeintervju brukes en moderator til å styre ordet. En moderator sørger for at alle er inkludert i samtalen, og følger opp relevante temaer som oppstår, samt formulerer spørsmål som skal stimulere diskusjon. Man kan også være flere moderatorer i et fokusgruppeintervju, der én sørger for de nevnte oppgavene, mens den andre tar seg av mer praktiske hensyn slik som notater. Hvor aktiv moderatoren skal være, er et åpent spørsmål. Skal moderator være styrende, eller skal moderator innta en passiv rolle og la gruppedynamikken overta? Mye moderering kan være nødvendig hvis informantene ikke holder seg til temaet, avbryter andre eller at det er mangel på engasjement. Hvis flyten går av seg selv kan moderator innta en mer passiv rolle. Dette kan variere fra intervju til intervju, eller innad i samme intervju (Tjora, 2021, s. 139-140).

Det interessante med data fra fokusgruppeintervju er at man både kan få individuelle data (eksempelvis utsagn), interaksjonsdata (dialoger) og gruppedata (meningen til hele gruppen). Dialogen mellom grupped medlemmene kan være spennende, fordi man kan få fram enigheter, uenigheter og posisjoner mellom informantene i analysen. Vil for eksempel yrke påvirke maktfordelingen i gruppen? Disse dataene gir et levende datamateriale og man kan få en bedre forståelse av både enkeltindividet og gruppedynamikken (Tjora, 2021, s. 140).

3. Metode

I denne delen vil vi beskrive hvordan vi har hentet inn det empiriske datamateriale knyttet til vår problemstilling, og forholdene rundt dette. Innledningsvis vil vi beskrive forarbeidet knyttet til databehandling, og rekruttering og utvelgelse av informanter. Deretter vil vi trekke frem utforming av intervjuguide, utførelse av fokusgruppeintervjuer med fenomenologisk tilnærming og til slutt avklare egen rolle og ståsted.

3.1 Forarbeid knyttet til databehandling

I dette forskningsprosjektet ble det søkt om godkjenning til innsamling og bruk av personopplysninger fra Norsk senter for forskningsdata (NSD), som er et nasjonalt senter som godkjenner deling og gjenbruk av data om mennesker og samfunn. Det ble i forkant av datainnsamlingen opprettet et meldeskjema på NSD sine nettsider. Meldeskjema med riktige tillegg (Vedlegg 1, 2 og 3) ble sendt inn 40 dager før innsamlingen startet, noe som var i samsvar med NSD sine retningslinjer om innsending minimum 30 dager før datainnsamling kan starte (NSD, u.å.).

I meldeskjemaet ble det søkt om behandling og bruk av personopplysninger som e-postadresse, samt bilde, - lyd, – og videoopptak. I prosjektbeskrivelsen ble det lagt vekt på at prosjektet var knyttet til en pågående doktorgradsavhandling, som tidligere har fått godkjent bruk av personopplysninger fra NSD. Det ble meldt inn at forskningsprosjektet i dette tilfellet var todelt. Først en holdningsundersøkelse med syv spørsmål for 1-99 deltakere (vedlegg 4), deretter fokusgruppeintervju for ca. 15 deltakere (vedlegg 3). De 15 informantene i del to av prosjektet ble valgt ut, basert på deres svar i den innledende holdningsundersøkelsen. Det ble utarbeidet informasjonsskriv med samtykkeerklæring (vedlegg 1 og 2) til begge utvalgene for å gi deltakerne tilstrekkelig informasjon om forskningens formål. Samtykket kunne når som helst kan trekkes tilbake.

3.2 Rekruttering og utvelgelse av informanter

Vi ønsket å gjennomføre tre fokusgruppeintervjuer med fem informanter i hver, der de ble delt i grupper basert på svarene de gav i den innledende holdningsundersøkelsen (vedlegg 4). De syv spørsmålene i holdningsundersøkelsen var de samme som Waldenstrøm benyttet i sin undersøkelse (kapittel 2.3). Hensikten med holdningsundersøkelsen var å kartlegge informantenes holdninger fra positiv til negativ til kaldrøkt laks og bruk av alternativ røykemetode. Kriteriet for å kunne svare på undersøkelsen var at man var over 18 år og spiste røkt laks minst én gang årlig. Innledningsvis ble det stilt demografiske spørsmål om kjønn,

alderskategori og bosted med mer (vedlegg 4). Undersøkelsen ble distribuert i vårt private nettverk på Facebook. Flere ble også kontaktet direkte med oppfordring om å delta i prosjektet. Til utformingen og distribusjonen av holdningsundersøkelsen ble programvaren EyeQuestion® (EyeQuestion®, Versjon 4.11.61, Nederland) benyttet.

Holdningsundersøkelsen ga 28 aktuelle kandidater til fokusgruppene. Vi ønsket å finne kjennetegn hos forbrukere med felles holdninger til bruk av alternative røykemetoder, og valgte derfor å dele informantene inn i tre grupper: positiv, nøytral og negativ. For å kunne plassere informantene i de respektive gruppene startet vi med å sortere besvarelsene av de syv holdningsspørsmålene. Skalaen i holdningsundersøkelsen gikk fra 1-5 der 1 var helt uenig og 5 var helt enig. Av de syv spørsmålene var tre av dem stilt på en slik måte at skalaen måtte snus for å bety positiv innstilling til bruk av alternative røykemetoder i det videre arbeidet (vedlegg 5). Figur 1 viser to av spørsmålene i den innledende holdningsundersøkelsen. Det å krysse av for helt enig på det første spørsmålet, betydde en negativ holdning til alternative røykemetoder. Det å krysse av for helt enig på spørsmål to betydde derimot at informanten hadde en positiv holdning til bruk av alternative røykemetoder.

	Helt uenig	Ganske uenig	Hverken enig/uenig	Ganske enig	Helt enig
Alternativ røyking av laks er ikke trygt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alternativ røyking av laks er bedre for miljøet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Figur 1 viser to spørsmål fra holdningsundersøkelsen.

For at ingen av spørsmålene skulle veie tyngre enn andre i plasseringen av informantene, valgte vi å ta et gjennomsnitt på hvor enig eller uenig de var på de syv spørsmålene totalt. For å forenkle gjennomsnittet slo vi sammen helt uenig/uenig til uenig og helt enig/enig til enig, slik at vi opererte med skala fra 1 til 3. For å få bedre oversikt ble uenig (1) merket rød, nøytral (2) merket gul og enig (3) merket grønn. Med utgangspunkt i (2), som indikerte at informantene var nøytrale, ble intervallet satt til +/- 0,29 for å kategorisere gruppene. Deretter benyttet vi intervallet til utvelgelse av 15 informanter av de 28 aktuelle. Av disse 28 ble 10 kategorisert som nøytrale, 8 negative og 10 positive. Deretter ble de plassert i gruppe. Vi kontaktet de som hadde tydeligst innstilling til bruk av alternative røykemetoder først. I den negative gruppen hadde kun fire personer mulighet til å delta, og en nøytral informant ble plassert hit for å fylle gruppen. Dette var tilsvarende for positiv gruppe, og en nøytral

informant ble også plassert i denne gruppen. Figur 2 viser gjennomsnitt og kategorisering av de 15 utvalgte informantene på bakgrunn av de syv holdningsspørsmålene (vedlegg 5).

Gjennomsnitt	Holdning
2,00	Nøytral
2,57	Positiv
2,14	Nøytral
2,43	Positiv
2,14	Nøytral
1,86	Nøytral
2,43	Positiv
1,71	Negativ
2,43	Positiv
1,71	Negativ
2,00	Nøytral
1,29	Negativ
2,14	Nøytral
1,71	Negativ
1,86	Nøytral

Figur 2 viser holdningene og gjennomsnittet til de 15 utvalgte informantene

Når informantene var kategorisert, ble 14 av 15 kontaktet på telefon, og én via e-post for å avtale tidspunkt for intervjuene. Alle fikk deretter tilsendt en e-post med informasjon om prosjektet og lenke til det digitale fokusgruppeintervjuet (vedlegg 2). Informantene fikk ikke vite hva som lå til grunn for at de var plukket ut.

3.3 Intervjuguide

Intervjuguiden ble laget med utgangspunkt i en fenomenologisk tilnærming med *ulike røykemetoder* som fenomen (vedlegg 3). I *ulike røykemetoder* legger vi tradisjonell kaldrøyking og alternativ kaldrøyking av laks. Vi valgte å ta utgangspunkt i teorien beskrevet i kapittel 2.5.1 og delte intervjuet i åpningsspørsmål, refleksjonsspørsmål og avrundingspørsmål.

Åpningspørsmålene besto av tre spørsmål, der gruppene ble bedt om blant annet å beskrive sitt forhold til røkelaks og om de hadde deltatt i en fokusgruppe tidligere.

Refleksjonsspørsmålene besto av seks hovedspørsmål med oppfølgingspørsmål. Temaene for refleksjonsspørsmålene besto av tradisjonell røyking, alternativ røyking, forskning, begrepet naturlig og et nytt produkt. Vi definerte innledningsvis begrepene *tradisjonell røyking* og *alternativ røyking* for fokusgruppene, for å sikre et felles utgangspunkt for gruppene om hva begrepene betydde. Definisjonene var som følgende: Til *tradisjonell røyking* av laks brukes røyk som utvikles fra ulmende treflis, vanligvis fra løvtrær eller einer, til å smaksette og konservere laksen. Til *alternativ røyking* av laks benyttes vanligvis

røykkonsentrat i flytende form (dypping, pensling, spraying), til å smaksette og konservere laksen. Det ble presisert både før og underveis i intervjuet at det ikke var forventet at informantene skulle ha forhåndskunnskaper om temaene vi skulle diskutere, og at vi kun søkte deres umiddelbare tanker tilknyttet fenomenet.

Avrundingsspørsmålene besto av fire spørsmål, for å gi gruppene en sjanse til å oppsummere tankene sine. Vi spurte blant annet om de hadde tro på nye løsninger som røykkonsentrat, og om det var noe de hadde kommet på underveis som de ville legge til. Deretter ga vi gruppene et stort tusen takk for innsatsen.

3.4 Gjennomføring av fokusgrupper med fenomenologisk tilnærming

For å teste intervjuguiden og tidsbruken i en realistisk setting gjennomførte vi et pilotintervju med fire testpersoner, samt våre veiledere som observatører. Piloten ble gjennomført på plattformen Teams, og i god tid før selve fokusgruppeintervjuene. Det ble ikke gjort endringer i intervjuguiden etter intervjuet.

Deretter gjennomførte vi tre fokusgruppeintervjuer på én time med fem informanter i hver gruppe. Fokusgruppeintervjuene ble gjennomført på kveldstid, fordelt på tre kvelder. Alle intervjuene ble innledet med informasjon om at det ble tatt lyd- og bildeopptak, samt at vi tok en gjennomgang av kjørereglene for intervjuet. Informantene ble oppfordret til å ha på kamera og ikke benytte «mute» for å holde lav terskel for å ta ordet. Det ble informert om at Birgitte ville være moderator og stille spørsmålene, at Anna var sekretær og at hovedveileder fungerte som observatør. Sekretær og observatør hadde ikke på kamera underveis for å ikke virke distraherende for informantene. Under selve gjennomførelsen av intervjuene noterte moderator hvem som svarte på, eller kommenterte, de ulike spørsmålene. Hvis noen av informantene snakket lite, spurte moderator vedkommende om å komme med sine betraktninger.

3.5 Databehandling

Før vi begynte analysearbeidet av det empiriske datamaterialet, transkriberte vi alle intervjuene ved å se og høre på videoopptak. Som utgangspunkt for analysen tok vi i bruk fenomenologisk analysemetode i fire trinn, som ble beskrevet i kapittel 2.5.1.

I steg én gjorde vi oss kjent med dataene, og vi startet med å lese over transkripsjonene til alle tre fokusgruppeintervjuene. Vi lagde en grov oversikt over interessante temaer som vi antok kom til å bli sentrale for videre analyse.

I steg to indentifiserte vi og satte navn på det vi mente var relevante data ved å bruke induktiv koding. Vi brukte analyseverktøyet NVivo 1.3 for selve kodingen, og kategoriserte uttalelsene etter hva informantene mente. Samtidig som vi kodet alle transkriptene så vi etter gjentakende temaer fra kodene.

I steg tre kondenserte vi materialet fra hvert fokusgruppeintervju. Vi sorterte kodene etter temaer og skrev vår forståelse av dem. I vedlegg 6 har vi trukket fram prosessen fra transkripsjon, koding til kondensering slik at man kan få en forståelse for hvordan vi bearbeidet og reduserte materialet. Ved hjelp av å kondensere hvert fokusgruppeintervju fikk vi avdekket temaer, sammenhenger og mønstre for hver fokusgruppe.

I det fjerde og siste steget analyserte vi datamaterialet og så etter likheter og ulikheter mellom de tre gruppene. For å se etter sammenhenger så vi på kondenseringene, samtidig som vi gikk tilbake til koder og transkribering for å sikre at vi ikke hadde tapt hovedessensen fra intervjuene.

3.6 Rolleavklaring og eget ståsted

Som tidligere nevnt i kapittel 2.6 kan man vurdere kvalitativ forskning ut ifra tre kriterier: *pålitelighet*, *gyldighet* og *generaliserbarhet*. Disse kriteriene omhandler hvordan man som forskere påvirker både studiens utførelse og funn. Dette kapittelet kan kanskje sies å være vurdering og slik sett tilhøre kapittel 5, men det kan være viktig å ha som et bakteppe før man leser om funnene og vurderingene våre. Vi har valgt å ta med denne delen her, i og med at egne holdninger kan ha påvirket studiet og måten vi presenterer funnene på, til tross for at vi søkt å ha en så nøytral tilnærming som mulig.

En tett relasjon mellom den som gjennomfører intervjuet og informanten kan påvirke påliteligheten ifølge Tjora (2021). I vårt tilfelle, der Birgitte var moderator og flere av de som deltok var hennes bekjente, venner og familie så var det nettopp tette relasjoner. Dette kan ha

hatt en påvirkning i den grad at kommunikasjonen du har med noen du kjenner er annerledes enn med ukjente. Man får muligens en annen sjargong og tone med mennesker man kjenner, og praten går ofte lettere. Bekjentskap kan også være med på å skape et tryggere miljø for informantene. Ulempen ved at noen informanter i en gruppe har nær relasjon, er at de som ikke er inkludert i denne relasjonen vil kunne føle seg utenfor. I tillegg var intervjuene digitale, noe som gjorde at man ikke fikk tolket kroppsspråket i like stor grad som ved fysisk oppmøte. Det var derfor ekstra viktig, siden det var digitalt intervju, at moderator var observant på hvem som snakket og ikke, og forholdt seg til intervjuguiden.

En annen pålitelighetsfaktor er om resultatene hadde blitt det samme hvis en annen forsker hadde gjort den samme jobben vi gjorde. I vårt tilfelle er det vanskelig å si. Mange av informantene stilte opp på grunn av vår relasjon til dem, og hadde ikke nødvendigvis deltatt hvis noen andre hadde gjennomført studien. Et annet element er at kontekst og dag er ulike for oss alle. Det er mulig at om intervjuene hadde vært utført en annen dag, så hadde andre svar kommet frem.

Samtidig er det verdt å nevne pålitelighetsfaktoren om at forskere tolker materialet forskjellig. Personlige egenskaper og interesser, samt kunnskap er med på å forme materialet. I vårt tilfelle er vi begge svært interessert i mat, og jobber aktivt med å innhente kunnskap om mat ved å være bevisste forbrukere. Dette kommer nok av at vi begge har en utdanning innenfor mat og teknologi, samt at vi begge er veldig interessert i å lage, spise og utforske nye typer mat. Tradisjonell røkt laks var derfor noe vi kjente til igjennom både skolegang og egen interesse. Røykkonsentrat var derimot noe vi hadde lite kunnskap om, og vi måtte sette oss inn i hva det var. Vi var splittet innledningsvis i synet på røykkonsentrat, Birgitte var skeptisk, mens Anna var mer positiv innstilt. Dette gjenspeiler oss generelt i hvordan vi forholder oss til nye prosesseringsmetoder. Gjennom denne studien har våre holdninger endret seg. Birgitte har blitt mer positiv til røykkonsentrat, mens Anna har sett verdiene i tradisjonsrik mat i større grad.

Vi er begge i stor grad opptatt av å spise variert og sunt, men er også veldig opptatt av at maten vi spiser er av kvalitet. Det kvalitet betyr for oss er ofte lokale, norskproduserte matvarer, samt at vi har en forventning om at en høyere pris samsvarer med god kvalitet. God kvalitet for oss skal også være god smak, lukt og konsistens, samt et appellerende utseende. Eksempelvis vil en røkt laks med mye filetpalting og en harsk brun muskel være lite appellerende. Hvordan vi tolket materialet i analysen kan derfor antas til å ha en påvirkning

på funnene, men i hvilken grad er vanskelig å si. Tiltak vi gjorde for å ikke miste hoved-essensen fra materialet var å alltid gå tilbake til transkriberingene, kodene og kondenseringene mens utførte vi analysearbeidet. Dette anser vi som en ekstra sikkerhet for påliteligheten i arbeidet vårt.

Gyldighet handler ifølge Tjora (2021) om sammenhengen mellom hvordan man har utformet undersøkelsen, funnene man fikk fra undersøkelsen og det man søker å finne svar på. Vi har gjennom hele oppgaveprosessen hatt en klar målsetting om å undersøke og kartlegge kjennetegn til forbrukergrupper med lignende holdning til røkt laks og alternative røykemetoder. Ved utforming av undersøkelsen måtte vi finne metoder som kunne hjelpe oss å hente inn datamaterialet for å nå målsettingen vår. I utgangspunktet hadde vi ingen forventninger til funn. Det var derfor naturlig å velge en kvalitativ metode slik som fenomenologi, da vi ønsket få et innblikk i informantenes forståelse og holdninger til fenomenet *ulike røykemetoder*. Ved å beskrive deres perspektiv av fenomenet, kunne vi dermed også se hva som var kjennetegnene til forbrukergruppene.

Det siste kriteriet Tjora (2021) nevner, generaliserbarhet, handler om å vise til funn som muligens kan generaliseres. I vår undersøkelse avdekket vi sammenfallende meninger både innad i forbrukergruppene og på tvers av gruppene. I så måte har nok våre funn en overføringsverdi ved at vi gikk i dybden i gruppene meninger og holdninger rundt ulike temaer, og har diskutert studiens funn opp mot annen empiri og teori. Men for å kunne si at dette gjelder et større utvalg enn det vi har undersøkt så må flere gruppeintervjuer med samme utvalgsriterier gjennomføres, eller at studien komplementeres med eksempelvis dybdeintervjuer. Hvis man derimot ser vår studie i sammenheng med Waldenstrøms studie (Waldenstrøm et al., u.å.a) som benyttet kvantitativ metodikk, kan man få en mer nyansert og komplett forskning som i større grad har en overføringsverdi. Vi har supplert hennes studie ved at vi benyttet en kvalitativ metodikk for å undersøke *hvorfor* våre informanter har de holdningene man har, mens Waldenstrøm benyttet kvantitativ metodikk for å undersøke *hva* holdningene var i et større utvalg av informanter.

4. Funn

I denne delen vil vi presentere studiens funn. Funnene er kategorisert i følgende seks tema: *1. Holdninger og utsagn knyttet til tradisjonell røyking av laks, 2. Holdninger og utsagn knyttet til bruk av røykkonsentrat til røyking av laks, 3. Tillit til forskning – hva fremmer og hemmer tillit, 4. Hva betyr naturlig i matsammenheng, 5. Bevissthet rundt valg, og til slutt 6.*

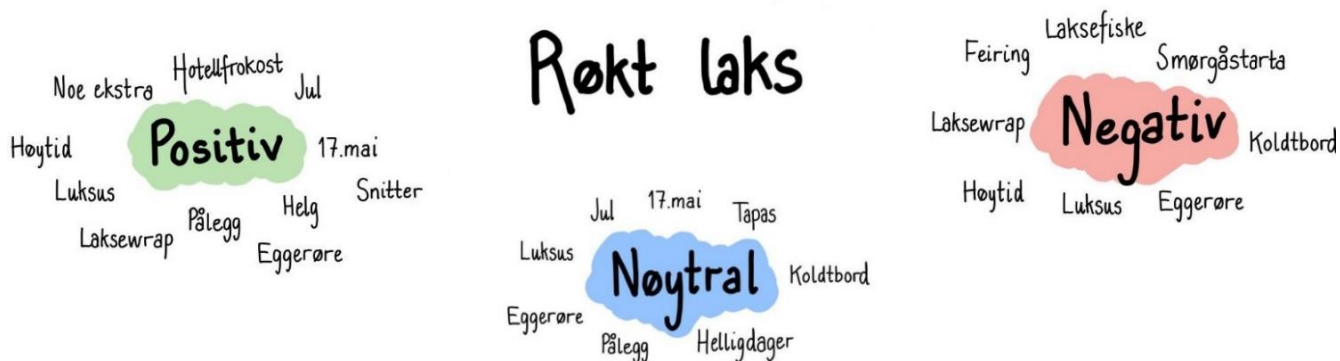
Holdninger og utsagn til nytt produkt og emballasje. Før vi legger frem funnene, vil vi presentere fokusgruppene.

Den første fokusgruppen var satt sammen av informanter som var **nøytrale** i sine holdninger til bruk av røykkonsentrat som alternativ røykemetode (vedlegg 4 og 5). Informantgruppen besto av fire kvinner og én mann i alderskategori 21-70 år. Bruksfrekvensen av røkt laks varierte fra en til tre ganger per år til månedlig inntak.

Den andre gruppen besto av informanter med **positiv** holdning til bruk av røykkonsentrat som alternativ røykemetode (vedlegg 4 og 5). Den positive gruppen besto av tre kvinner og to menn, de var i en alderskategori på 21-60 år. Deres bruksfrekvens av røkt laks var en til tre ganger per år til månedlig inntak.

Den siste gruppen besto av informanter med **negativ** holdning til bruk av røykkonsentrat som alternativ røykemetode (vedlegg 4 og 5). Gruppen besto av én mann og fire kvinner i en alderskategori 21-60 år, og de spiste røkt laks en til seks ganger per år.

Fokusgruppene besto av mennesker med like holdninger til den alternative røykemetoden røykkonsentrat, men med ulik bakgrunn og bruksfrekvens av røkt laks. Innledningsvis ble fokusgruppene bedt å beskrive hva de forbinder med *røkt laks*. Figur 3 viser at gruppene hadde en noenlunde felles beskrivelse av røkt laks. Beskrivelsene var i stor grad knyttet til høytider, festmat og luksus. I figuren er gruppene delt opp etter deres holdninger. Ordene i figuren er direkte sitater fra transkripsjonene.



Figur 3 viser hva de ulike fokusgruppene forbinder med røkt laks

Deretter ble gruppene introdusert for to definisjoner på røykemetoder av laks. Definisjonene var følgende:

Til *tradisjonell røyking* av laks brukes røyk som utvikles fra ulmende treflis, vanligvis fra løvtrær eller einer, til å smaksette og konservere laksen,

Til *alternativ røyking* av laks benyttes vanligvis røykkonsentrat i flytende form (dypping, pensling, spraying), til å smaksette og konservere laksen.

I intervjuguiden valgte vi konsekvent å kun bruke begrepet røykkonsentrat, og ikke alternativ røyking.

4.1 Holdninger og utsagn knyttet til tradisjonell røyking av laks

Innledningsvis ble gruppene spurt om hva de assosierte med tradisjonell røyking. **Nøytral** gruppe ble litt usikker på hva tradisjonell røyking egentlig innebar. Likevel kom det frem underveis at den tradisjonelle røykemethoden følte trygg for gruppen, selv om de ikke hadde så mange tanker om det fra før.

Nei, jeg tenkte først at jeg ikke visste forskjellen. Røkt laks var liksom røkt laks, men på pakka så står det noen ganger eine-røkt, og noen ganger andre ting, og der har jeg tenkt.

Positiv gruppe trakk frem at tradisjonelt røkt laks er en gammel håndverksmetode med lange tradisjoner. Gruppen fremhevet eksempler som gård, røykebu og småskalaproduksjon. Det ble også nevnt at dette var noe som ble gjort før i tiden, og ikke så mye nå lenger.

Tradisjonell røyking det sier meg noe om at det er noe som man har holdt på med i lange tider. Ikke kanskje bare nå i moderne tid. Kanskje lite av det nå i moderne tid. Men.. Ja, jeg får assosiasjoner til gamledager.

Negativ gruppe skilte seg ut ved å ha et mer bevisst forhold til tradisjonell røyking enn både **nøytral** og **positiv** gruppe. **Negativ** gruppe hadde mange følelser tilknyttet håndverksmetoden som det er å produsere tradisjonelt røkt laks. Gruppen hadde en stor respekt og stolthet for tradisjonell håndverksmat, og at det er en kunst som krever tid og kunnskap for å få et kvalitetsprodukt.

...Og når du kommer inn i butikken der [lokalt røkeri], så har det en slik spesiell lukt, som sikkert ikke alle liker. Men bare opplevelsen av å komme inn der.. Så møter du

liksom hundrevis av år med terping og fintuning av røykeprosesser og behandling av fisk. Og den opplevelsen av å komme inn i slike butikker er så utrolig fin

4.2 Holdninger og utsagn knyttet til bruk av røykkonsentrat til røyking av laks

Videre ble gruppene spurt om hva de assosierte med røykkonsentrat. **Nøytral** gruppe assosierte røykkonsentrat med noe skummelt, usunt og unaturlig. Likevel var de nysgjerrige på røykkonsentrat til tross for negative assosiasjoner innledningsvis. Gruppen diskuterte seg fram til at bruk av røykkonsentrat ikke nødvendigvis var negativt, men at de manglet kunnskap om hva det var og hvorfor det skulle benyttes.

Jeg blir veldig nysgjerrig på hva som ligger bak sånn konsentrat, for det må jo være at det er lurt for miljøet eller at det skal ivareta sunnhetsaspektet godt da. Bedre enn røyka, men jeg vet jo ikke helt hva det er.

Ved spørsmål om hva den **nøytrale** gruppen trodde fordelene med røykkonsentrat var, mente de at det kunne være mer miljøvennlig og effektivt. I tillegg antok de at det var rimeligere og enklere i produksjon. Samtidig så stilte gruppen seg spørsmålet om hvorfor man skal endre på noe som fungerer, i dette tilfellet tradisjonell røyking.

Positiv gruppe oppfattet røykkonsentrat som noe «falskt» på samme måte som sukkerfri brus, og at det er «juks» fra industrien. Gruppen mente at hvis man skal bruke konsentrat, så måtte det gi et likt produkt slik at forbrukere ikke føler seg «lurt». De hadde også et fokus på at tradisjonell røyking kan være helseskadelig, og at det da kunne vært en fordel å bruke røykkonsentrat som ikke gir de skadelige stoffene. Gruppen tenkte i likhet med **nøytral** gruppe at andre fordeler var effektivitet, lønnsomhet og mer miljøvennlig, samt at man fikk samme produkt fra gang til gang med konsentrat. Ulempene med røykkonsentrat mente gruppen kunne være kritiske forbrukere som ikke vil velge dette i butikken.

...Altså kritiske forbrukere. Hvis de får nyss i at dette ikke er tradisjonell røyking så kan det være flere som viker bort fra det, og heller kjøper et annet produkt.

Negativ gruppe assosierte røykkonsentrat med unaturlig, kreftfremkallende og noe usunt. For gruppen var konsentrat et ukjent og utrygt tilsetningsstoff. Den **negative** gruppen ønsket ikke å lære mer om bruk av røykkonsentrat, da det ikke var aktuelt verken å kjøpe, spise eller bruke det. Gruppen mente at bruk av røykkonsentrat ville endre smaken negativt. God smak ble trukket frem som en av de viktigste egenskapene for denne gruppen.

...Også blir det annenrangs. Det blir ikke så bra som det skal. Så røykkonsentrat, hvis jeg hadde sett at det sto røykkonsentrat så ville jeg aldri ha kjøpt det. Unaturlig

Gruppen så, til tross for sin skepsis, mange fordeler ved bruk av konsentrat. Røykkonsentrat ble ansett som raskere, billigere, mindre arbeid og mer kontroll i produksjon, samt at produksjonen trenger mindre bemanning. Fordeler ble kun nevnt for industrien, og ikke for gruppens egen del. Gruppen mente at ulempene med konsentrat var at det bryter med den lange og viktige tradisjonen knyttet til tradisjonell røyking.

4.3 Tillit til forskning – hva hemmer og fremmer tillit?

Nøytral gruppe hadde en grunnleggende tillit til forskning, men var kritisk i den forstand at de vurderer hvor den kommer fra og hensikten med forskningen. Matindustrien ble trukket frem som en mindre troverdig kilde til informasjon.

Ja, [stoler på] nesten alle andre miljøer enn selve industrien. Nå vet jeg også at industrien sponser forskningsprosjekt for universiteter og høyskoler å, men det er litt med hvem som, hvem som står bak denne forskningen, hvor mye i lomma på industrien er det.

Ved spørsmål om den **nøytrale** gruppen ville ha trodd på om forskning sa at røykkonsentrat var sunnere enn tradisjonell røyking mente de at det kunne stemme, og at gjentakende dokumentasjon fra uavhengige parter kunne styrke troverdigheten til forskningen. Selv om gruppen trakk frem hvor viktig kildekritikk er, innrømte de også at de tidvis kunne være lite kritiske til forskning, da man ikke kan ta stilling til alt hele tiden.

...Men det kan fort være at jeg likevel hadde trodd på liksom én rapport, for jeg føler at det kan godt hende at jeg hadde vært sånn «åja, okei»

Positiv gruppe, i likhet med **nøytral**, stolte på forskning, men mente at det er viktig å vurdere den forskningen som blir presentert på bakgrunn av egen erfaring og skjønn: «Baktanken og hensikten, samt hvem som utøver forskningen har mest å si.» Gruppen mente at hvilke tema forskningen omhandlet ikke var viktig, men at man må tenke at ingen forskning er «komplett», og at man selv må være kildekritisk. Eksempelvis så anså ikke gruppen blogg som troverdig, da det bare «noens mening». De mente at de ville ha trodd på at røykkonsentrat var sunnere enn tradisjonell røyking, da røyken har skadelige stoffer. Til tross for dette synes de tradisjonell røyking «høres bedre ut».

Den **negative** gruppen hadde i stor grad mange likhetstrekk til de to andre gruppene, ved at de hadde tillit til forskning, men at de var kritiske til hensikten og hvem som står bak den. Det ble trukket frem var at hvis man allerede har en overbevisning, skal det mer til for å endre den.

Men hvis det er noe jeg er veldig engasjert i, som treffer meg. Og forskningen viser det motsatte av hva jeg mener, så skal det.. Da skal det mer cred til for å overbevise meg. Altså da skal jeg virkelig vite hvor det kommer fra. Ehh.. Men ellers så aksepterer jeg også ganske lett som forbruker.

Negativ gruppe kunne ha trodd på at røykkonsentrat er sunnere enn tradisjonell røyking, fordi røyk kan inneholde skadelige stoffer. Men de trakk også frem at hvis man ikke spiser det «hver dag, 365 dager i året, en kilo», så er det ikke så skadelig og at de preferer tradisjonell røyking. Gruppen var kritiske til røykkonsentrat, og de stolte på tradisjonell røyking fordi det har blitt gjort på samme måte i lang tid og det opplevdes mer naturlig.

Alle tre gruppene var skeptiske til forskning som kan gagne matindustrien. Gruppene tror at denne forskningen ikke alltid viser hele bildet, og at det er foretatt en seleksjon av materiale som vil støtte opp om økte inntjeningsmuligheter for industrien. For at forskning skal oppleves troverdig, blir det trukket frem fra alle gruppene at forskningen må være nøytral, og ikke oppleves som et bestillingsverk. Statlig myndighet som Mattilsynet, trekkes frem som en troverdig forskningsinstans. Grunnen til dette er at gruppene opplever at forskning foretatt av norske statlige institusjoner er transparente og uavhengige.

4.4 Hva betyr naturlig i matsammenheng?

Da spørsmålet om hva naturlig betydde for den **nøytrale** gruppen, svarte de innledningsvis at naturlig var ubehandlet og rent, nærmest rett fra jorda: «Altså, jeg mener at naturlig er jo mer ubehandla matvarer er, jo mer uraffinert, jo mer naturlig er det når det er lik som sin opprinnelige form». I tillegg anså gruppen norske matvarer som naturlige, og så på norsk som renere, bedre og sunnere. Gruppen mente at hvis produktet fremstår veldig norsk, enten ved emballasje eller produsent, styrkes tanken om at det er et naturlig produkt.

Jeg tror jeg kanskje går lett i fella hvis det er veldig fornorska på en måte. Hvis det er veldig norsk produkt ut ifra emballasjen. Så føles det veldig trygt for meg.

Nøytral gruppe anså i utgangspunktet tradisjonell røyking som naturlig, og røykkonsentrat som unaturlig. Men ved ytterligere refleksjon ble det trukket frem av gruppen at røykkonsentrat egentlig kanskje består av naturlige ingredienser, og dermed kan være naturlig likevel.

Positiv gruppe reflekterer mye over temaet naturlig. Gruppen trakk frem at de anser naturlig som noe sunnere, ubehandlet og med lite tilsetningsstoffer, men at naturlig også kan oppleves som «tulle» og som en «merkelapp». De begrunnet det med at begrepet naturlig brukes som et salgsargument fra industrien for å forsvare en høyere pris. Gruppen er usikker på når noe går over fra å være naturlig til å ikke lenger å være det. De har ikke noe klart svar på dette.

Ja, for jeg tror at vi tenker på naturlig som noe som er få ingredienser ofte. Altså, kjøtt er naturlig, men hvis du blander kjøtt, løk og spekk i en tarm – som da er en pølse, så er det ikke lenger naturlig. Men det består jo kun av naturlig ingredienser. Så det er jo litt sånn.. da har du jo blanda mye forskjellig, jeg vil jo argumentere for at det er fortsatt er et naturlig produkt, hehe. Selv om det er prosessert og per definisjon prosessert mat, da

Den **positive** gruppen opplevde tradisjonell røyking som mer naturlig enn røykkonsentrat, men var også litt usikre. Usikkerheten kommer av at det er vanskelig å definere hva som er naturlig og ikke. Selv med denne usikkerheten anser de røykkonsentrat som noe unaturlig, uten at de har et klart svar på hvorfor.

Negativ gruppe la mest vekt på bruken av tilsetningsstoffer i hva som er mer eller mindre naturlig. De hadde en forståelse for at tilsetningsstoffer kan ha nødvendige egenskaper i mat, men de er kritiske til bruk av det, og anså dette som veldig negativt. Gruppen var helt klar på at de opplever tradisjonell røyking som naturlig, og røykkonsentrat som unaturlig.

4.5 Bevissthet rundt valg

Nøytral gruppe innrømmet å ikke være så bevisst over valgene de tar i butikk. Valgene går ofte på vane og hva de kjenner til fra før: «tror jeg hadde gått på de meste kjente jeg altså. Bare valgt bevisstløs den vanlige røkelaksen». Men gruppen mente at deres bevissthet i en kjøpsituasjon ville blitt styrket med økt informasjonsflyt, også i markedsføringen av produkter. Riktig markedsføring av matvarer kan vekke mange følelser og assosiasjoner

generelt. Dette er viktig for gruppen, og påvirker det forholdet de som forbrukere har til mat og produkter de kjenner og er trygge på.

... Vi stoler nok mer på norsk emballasje. Norske produkter. Fordi vi tror ikke så galt om «våre egne». Så, det har veldig mye å si hvordan det... Hvordan det blir presentert. Hvordan det blir lagt frem.

For den **nøytrale** gruppen er norske produsenter tillitsvekkende, og det ble trukket frem opptil flere ganger at norske merkevarer, kjente produsenter og merkeordninger slik som nøkkelhullsmerket er en avgjørende faktor ved kjøp. Gruppen foretrekker det norske. Det observeres også at tilliten til norske produsenter er større enn hva gruppen tidligere kommenterte rundt forskning fra matindustri. Dette indikerer at man har større tillit til industrien når man ikke «tenker seg om», og når man ikke ser det i sammenheng med reklame eller forskning.

Nei, det hadde gått mer på produsenter. Så hvis det er en kjent produsent som står der og sier at «dette er en ny måte vi har behandla laks på» så hadde jeg sikker tatt det for god fisk liksom. For de stoler jeg på.

Nøytral gruppe opplevdes som skeptiske, men nysgjerrige til røykkonsentrat. De kunne være positive til å gi nye røykemetoder en sjanse, men at det må jobbes inn gradvis: «Det er viktig med markedsføring, alt som er nytt må jobbes inn».

Dette var tilsvarende for den positive gruppen. For å velge et alternativt produkt som røkt laks med røykkonsentrat, ble det trukket frem at gode salgsargument er avgjørende for å få en positiv innstilling. Gruppen var ganske bevisst på valgene de tar ved kjøp i butikk, og at det må ha en personlig gevinst for å bryte gamle vaner. Om salgsargumentet handler om en miljøgevinst eller at det er utviklet et mye bedre produkt, ville gruppen lettere la seg overbevise.

Hvis det er fordi at det skal være kjappere eller enklere å produsere, så er det ikke nødvendigvis så viktig for meg. For jeg bryr meg jo ikke om produsenten sliter med å lage maten min. Det er ikke så viktig for meg. Men om det forsvinner masse poteter i prosessen eller at fisken lider unødvendig eller at klimapåvirkningen er større, så betyr det noe.

Slik røykkonsentrat ble omtalt og forstått i **positiv** gruppe var ikke fordelene med å velge noe alternativt stor nok til å foretrekke dette i stedet for det kjente og trygge, som tradisjonelt røkt laks. Gruppen trenger en grunn for å velge røykkonsentrat, for eksempel at det sparer miljøet. Når spørsmålet ble stilt om hvor de trodde røykkonsentrat brukes i dag, ble både wienerpølser, makrell og salami nevnt. At røykkonsentrat brukes i disse produktene oppleves ikke som problematisk for gruppen, og det virket til å være en direkte aksept for det. Gruppen hadde mindre «lyst» til å akseptere endringer i et såpass tradisjonsrikt produkt som røkt laks, uten at de nødvendigvis har en forklaring på det.

Den **negative** gruppen fremsto hele veien som en bevisst gruppe forbrukere, og de hadde et tydelig standpunkt til hva slags matvarer de velger. I et kjøpsøyeblikk var de opptatt av pris, produsent, utseende på fisken og forpakning. Gruppen foretrakk også småskalaprodusenter om de har muligheten. Det ble også nevnt at god kvalitet og høyere pris ofte samsvarer når det kommer til røkt laks.

...Men hvis jeg skal kjøpe, sånn en sjelden gang iblant, kjøpe det selv for å bidra til et koldtbord til 17.mai eller et eller annet, så kjøper jeg jo ikke det aller billigste ikke sant.. Fordi jeg tenker jo at det er sikkert ikke bra nok.

Gruppen var negativ til å kjøpe røkt laks laget med røykkonsentrat til seg selv, og er såpass bevisste på at de opplevde tradisjonell røyking som god kvalitet at prisforskjellen måtte ha vært «ekstrem» for å velge røykkonsentrat. Det tradisjonelle oppleves trygt og kjent for gruppen.

Altså hvis det er ekstrem... Ja, smaken er lik, men prisforskjellen er ekstrem, så går jeg for det billigste. Men hvis det ikke på en måte er så stor forskjell i pris, så ville jeg ha den som tradisjonell.

4.6 Holdninger og utsagn til nytt produkt og emballasje

Gruppene ble introdusert for en forpakning med røkt laks, slik som figur 4 viser. Produktet var merket med nyhet, produsent, produkt, konserveringsmetode, merkeordninger og datostempling.



Figur 4 viser produktet gruppene ble presentert for under intervjuet.

Det første den **nøytrale** gruppen la merke til var at produktet var norsk og nøkkelhullsmerket. Deretter ble det kommentert fra én i gruppen at produktet var merket med røykkonsentrat. Resten av gruppen istemte at dette ville de ikke lagt merke til om det ikke hadde blitt kommentert. Gruppen ville ikke ha kjøpt produktet fordi det var en ukjent produsent, og ikke fordi produksjonsmetoden var røykkonsentrat.

Eneste grunnen til at jeg kanskje ikke hadde kjøpt den er fordi jeg kjenner ikke igjen merket. Altså produsenten og sånn. Men ellers så hadde jeg kjøpt det

Røkt laks er et produkt de sjeldent kjøper, og de vil vite at produktet er av god kvalitet når de først skal kjøpe det. Den **nøytrale** gruppen nevner også at hvis de skulle ha lagt merke til nyheter kunne det være smart å ha smaksprøver i butikk: «...jeg har ikke sett reklame på det eller smaksprøve eller et eller annet. Og da går det litt i glemmeboka at det er en nyhet, på en måte.»

Nøytral gruppe er splittet i hva de tror dette produktet koster. Enkelte tenker at det norske flagget og nøkkelhullsmerket indikerer god kvalitet, og er priset deretter. Andre tenker at den er billigere fordi det ikke er en kjent produsent. Når den **nøytrale** gruppen blir spurt om hva

de ville ha kjøpt om de likte smaken av begge røykemethodene like godt hadde de enten gått for kjent produsent eller billigste pris. De ville også ha trodd på røykkonsentrat som en løsning dersom det gikk fram at det var et bedre alternativ for miljø og ikke minst prisgunstig, og at man ikke taper den gode smaken.

Den **positive** gruppen er splittet i synet på hvor raskt de hadde oppdagat at produktet er merket med røykkonsentrat, og hva de mente om det. De trekker frem at ukjent produsent sammenholdt med røykkonsentrat gjør produktet mindre attraktivt, og at de hadde valgt noe de kjenner til fra før. Andre i gruppen la først merke til at pakken var merket med det norske flagget og nøkkelhullsmerket, og anså dette som et «*kvalitetsstempel*». Gruppen verdsatte at røykkonsentrat var merket tydelig på pakken, og at det er noe produsenten ikke ville skjule.

...Det er ikke tenkt at det skal gjemmes bort. At det er «tørrsaltet laks, laget med røykkonsentrat». Det er kanskje en styrke for at de vil vise frem at dette er kvalitet, da

Positiv gruppe trakk paralleller til «*First Price*»-produkter, og anser derfor produktet som billigere. De nevnte at dette produktet ikke kan være «*for billig*», da det vil gjøre dem skeptiske.

Men jeg tror kanskje ikke at det er sånn kjempebillig, for føler jeg at.. som forbruker så blir du litt sånn «Oi, hvorfor er det her så billig?», i tillegg til at det står røykkonsentrat og da... blir du litt mer skeptisk da. Så jeg tipper det er billigere, men ikke sånn kjempebillig.

Hvis den **positive** gruppen hadde fått valget mellom tradisjonell røkt laks og laks laget med røykkonsentrat hadde de kjøpt den tradisjonelle røkelaksen, fordi det er et kvalitetsprodukt for gruppen. I likhet med den nøytrale gruppe kan de også ha tro på røykkonsentrat som en ny løsning, forutsatt at smaken er den samme eller at det kan løse utfordringer med miljø.

Den **negativ** gruppen ble skeptiske av at røykkonsentrat var fremhevet, da dette er informasjon de er vant til at «*gjemmes bort*» på etiketter. Det er åpenbart at tydeligheten av røykkonsentrat skremmer vekk gruppen fra å kjøpe dette produktet. Gruppen tenker at det norske flagget er «*lureri*» fordi det ikke er knyttet til en merkeordning: «*...Men den er norsk, virker det som, så det er jo fint. Eller er den ikke det, kanskje?*» **Negativ** gruppe er ikke opptatt av at produsenten er ukjent, men påpeker opptil flere ganger at de misliker etiketten. Gruppen tror også bruk av røykkonsentrat gjør produktet billigere å produsere og dermed billigere i butikk, noe som indikerer dårlig kvalitet.

...Altså, sånn selve biten så jo veldig fin ut. Når det første du ser er.. røykkonsentrat, så blir man jo automatisk kritisk. Ehm... Når det på en måte står så tydelig. Altså, man ser jo først «røkt laks» da, men at det står så tydelig røykkonsentrat, så blir man jo litt sånn.. ja, skeptisk.

Hvis gruppen hadde smakt og likt begge røykemethodene like godt ville de kjøpt tradisjonell røkt laks fordi det føles «trygt». **Negativ** gruppe er skeptiske til nye løsninger som røykkonsentrat, men tror det kunne vært et godt alternativ på markedet for de som ikke er så bevisste og kun er opptatt av lav pris.

5. Vurdering

I dette kapitlet vil funnene våre og gjennomføringen av studien vurderes i forhold til målene som ble definert i kapittel 1 og teori beskrevet i kapittel 2. Hovedmålet med denne bacheloroppgaven var å undersøke og kartlegge kjennetegn hos forbrukergrupper med lignende holdninger til tradisjonelt kaldrøkt laks og alternativ kaldrøyking av laks. For å oppnå dette målet satte vi oss tre delmål.

I det første delmålet skulle vi ta et dypdykk i tidligere undersøkelser og publisert materiale gjennomført av Waldenstrøm for å velge ut spørsmål til en innledende holdningsundersøkelse, gjennomføre denne, samt utarbeide en intervjuguide til fokusgruppeintervjuene. Basert på svarene fra den innledende holdningsundersøkelsen ble informantene delt inn i tre grupper ut ifra om holdningene deres var positive, nøytrale eller negative til kaldrøkt laks og bruk av alternativ røykemethoder. Delmål to var å gjennomføre fokusgruppeintervjuer med 5-6 personer i hver av de tre gruppene. Disse delmålene kommer vi innpå i kapittel 5.1.

Det tredje delmålet var å bearbeide materiale fra fokusgruppeintervjuene, slik at vi kunne se på kjennetegn i de ulike gruppene fra delmål to. Ved bearbeiding ønsket vi også å se om funnene fra fokusgruppeintervjuene var i samsvar med Waldenstrøm sine tidligere funn. Dette delmålet vil vi komme nærmere innpå i kapittel 5.2. Til slutt vil forslag til videre arbeid diskuteres.

5.1 Metode og utvalg

I dette delkapittelet vil vi utdype valg og vurderinger vi tok knyttet til utvelgelse av informanter, intervjuguiden og til slutt i forkant av fokusgruppeintervjuene (delmål 1 og 2).

5.1.1 Utvelgelsen av informanter

Til rekrutteringen av informantene benyttet vi de samme holdningsspørsmålene som Waldenstrøm brukte i sin Ph.d (Waldenstrøm et al., u.å.b). Å benytte de samme spørsmålene var hensiktsmessig for oss i og med at vi skulle undersøke de samme aspektene som hennes undersøkelse baserte seg på. Holdningsundersøkelsen var dog en krevende måte å rekruttere på. Vi måtte kontakte mange bekjente direkte med oppfordringer til å delta, noe vi antok også skyldtes temaet i seg selv og ikke selve metoden. Flere antydte at røkelaks var et tema der de ikke kunne bidra med noe og dermed ikke var interesserte. Dette kom også frem i EyeQuestion®. Der avdekket vi at syv personer avsluttet undersøkelsen når de kom til holdningsspørsmålene. I tillegg var det fem personer som svarte på hele undersøkelsen, men oppga ikke sin e-post og kunne dermed ikke inviteres til selve fokusgruppeintervjuet.

For å plassere informantene i positiv, nøytral og negativ gruppe var det viktig for oss at ingen av spørsmålene fra holdningsundersøkelsen skulle veie tyngre enn andre. Dette var fordi vi ønsket å ta utgangspunkt i informantens holdning generelt, og ikke basert på for eksempel spørsmål knyttet til sunnhet eller tilsetningsstoffer spesielt (vedlegg 5). Derfor benyttet vi oss av gjennomsnittet på hvor enig eller uenig informantene var i holdningsspørsmålene.

Spørsmålene i holdningsundersøkelsen hadde en skala fra 1-5, fra helt uenig til helt enig. Skalaen ble kortet ned til 1-3, fra uenig til enig, da vi skulle kategorisere resultatene og fordele informantene i grupper. Dette ble gjort med utgangspunkt i at Waldenstrøm brukte samme skala til å presentere sine resultater (Waldenstrøm et al., u.å.b). Hensikten var å gjøre det enklere å plassere informantene i grupper, og samtidig et forsøk på å tydeliggjøre forskjellene mellom informantene. I ettertid kan man diskutere om dette var en god løsning. Det var for få tydelige holdninger i svarene vi fikk, da mange var nære nøytrale etter utregnet gjennomsnitt. Vi endte da med å måtte bruke +/-0,29 som intervall for å kunne dele informantene i tre jevnstore grupper. Det ville vært mer naturlig å operere med et intervall på +/- 0,5, men dette ville gitt svært ujevne gruppestørrelser. Ved å bruke intervall på +/-0,29, endte vi opp med jevnstore grupper å rekruttere informanter ut ifra, men løp samtidig en risiko for at forskjellene i holdninger mellom gruppeintervjuene var små.

Til tross for at kategoriseringen av informantene ble mer vanskelig enn først antatt og at intervallet var på +/-0,29, ble vi positivt overrasket over at det faktisk var en forskjell på holdningene for de ulike gruppene, og det gav oss et mer tydelig materiale å arbeide videre med enn vi hadde forventet etter inndelingen. Det er uklart om det er tilfeldigheter som gjorde at forskjellene kom frem, eller om det faktisk var metoden i seg selv som fungerte godt.

5.1.2 Intervjuguide

I utformingen av vår intervjuguide ville vi undersøke temaer knyttet til forbrukere og deres relasjon til ulike røykemoter, da det var relevant for vår problemstilling og hovedmål. Vi utarbeidet intervjuguiden med bakgrunn i Waldenstrøm sine funn da vi så flere interessante momenter der som vi ønsket å undersøke i intervjuene (Waldenstrøm et al., u.å.a; Waldenstrøm et al., u.å.b). Vi manglet dog en klar forståelse for hvordan vi skulle formulere spørsmålene i intervjuguiden. I denne prosessen leste vi mye teori, konfererte med veiledere og testet potensielle spørsmål i uformelle kontekster. Vi landet til slutt på å bruke Johannessen et al (2016) og Tjora (2021) som utgangspunkt for vår intervjuguide, da Tjoras metode med supplement fra Johannesen var mest hensiktsmessig for oss. Den er enkel, men samtidig gav den oss muligheten til å gå i dybden på fenomenet vi ville undersøke.

I intervjuguiden ble åpningsspørsmålene formulert til å være enkle og konkrete, slik at informantene ble vant og komfortable til å snakke i et digitalt gruppeintervju. Samtidig var målet at de skulle bli litt kjent med hverandre da vi antok at det kom til å påvirke gruppedynamikken til det bedre.

Hovedspørsmålene ble formulert til å være slik at det skulle være enkelt for alle å relatere seg til og diskutere temaene. Vi bestrebet oss å formulere spørsmålene så nøytrale som mulig, og samtidig unngå å legge noen føringer for hva svarene kunne være eller inneholde. Vi presiserte flere ganger før og under intervjuet at det ikke var noe som var riktig eller feil svar. Vi vektla å stille spørsmål som alle kunne svare på, selv om de ikke hadde utfyllende kompetanse om fenomenet. Manglende kjennskap til fenomenet skulle ikke være noe hinder. Ikke alle oppfølgingsspørsmålene til hovedspørsmålene som er skrevet opp i vedlegg 3 ble benyttet i alle tre gruppene. Grunnen til dette var at de enten hadde vært innom temaet eller så var det knapt med tid.

Avrundingsspørsmålene var formulerte slik at informantene kunne oppsummere og konkludere ut fra det de hadde svart gjennom intervjuet. De gav også rom for at informantene kunne ta fatt i løse tråder fra tidligere og komme med en avsluttende uttalelse om fenomenet.

Intervjuguiden fungerte godt, og etter sin hensikt. Vi brukte også mye tid på å utarbeide denne. Også informantene gav gode tilbakemeldinger på spørsmålene som ble stilt. Sett i ettertid kunne vi omformulert spørsmålet «*stoler dere på forskning?*» (vedlegg 3), da det kan være vanskelig å si nei til slike spørsmål. Hvordan vi skulle omformulert dette er vanskelig å si, da dette spørsmålet likevel ga oss gode svar og fungerte etter sin hensikt.

Flere av informantene var på forhånd litt skeptiske til å kunne snakke om røkt laks i en hel time, men mente det hadde vært både morsomt, lærerikt og interessant. Vi foretok dog en endring i intervjuguiden etter første intervjurunde, da informantene gjorde oss oppmerksom på et moment vi ikke hadde tenkt på, nemlig relasjonen mellom forskning og matindustrien. Den første gruppen fikk belyst dette gjennom sine refleksjoner, og det utgjorde dermed ingen forskjell for totaliteten og grunnlaget for analysen at vi supplerte intervjuguiden for de to neste.

Da vi utformet intervjuguiden, brukte vi en del tid på begrepsapparatet, og spesielt begrepene knyttet til prosesseringen av røkt laks. Det mest krevende punktet var hvordan vi skulle omtale røykeprosessen, uten å bruke begrep som bar i seg en verdiladning. I intervjuguiden valgte vi konsekvent å bruke begrepet *røykkonsentrat* til å definere alternativ røyking. Vi vurderte dette til å være det mest nøytrale begrepet, sammenlignet med røykaroma, røyksyre og flytende røyk. I ettertid erfarer vi at begrepet sannsynligvis er mer negativt ladet enn vi trodde på forhånd, og det kan antas at begrepet røykaroma ville blitt opplevd som mer nøytralt, eller kanskje også positivt.

Vi bestemte tidlig å ha én moderator under intervjuene. Det var få informanter pr gruppe, og vi mente det var mest hensiktsmessig å ha en person å forholde seg til. Det var også et moment at intervjuene skjedde digitalt, og dets færre personer, dess lettere å holde styring på taletid og lengde. Moderator noterte hvem som snakket underveis, og sørget for at alle fikk muligheten til å komme til orde, samt at agendaen ble fulgt. Utover dette hadde moderator en passiv rolle, og bestrebet seg hele tiden på å være nøytral og lite styrende i samtalen.

Intervjuene fungerte godt og etter hensikten. Det var god flyt i alle intervjuene, selv om noen grupper trengte litt mer styring enn andre. Det var minimalt med tekniske utfordringer tilknyttet den digitale gjennomføringen, og tiden ble overholdt i alle tre gruppene.

5.1.3 Fokusgruppe med fenomenologisk tilnærming

Bruk av fokusgrupper fungerte etter sin hensikt fordi det ga oss mye materiale på kort tid, og mye diskusjon og refleksjon. Vi valgte å gå for mindre fokusgrupper enn teorien anbefalte, av hensyn til at de skulle foregå digitalt, da vi har erfaring med at det kan være høyere terskel for å ta ordet i en stor digital gruppe. I en digital kontekst mister man muligheten til å tolke kroppsspråk, og ved avbrytelser kan det være vanskeligere å komme i gang igjen med dialogen. Vi opplevde likevel den digitale gjennomføringen som suksessfull og uproblematisk, og ikke minst at informantene virket komfortable med situasjonen. Dette skyldes mest sannsynlig at de fleste er mer komfortable i digitale samlinger enn tidligere etter et år med COVID-19.

5.2 Vurdering av funn

I dette delkapittelet vil vi utdype valg og vurderinger knyttet til funnene våre, samt diskutere funnene opp mot annen empiri og teori (delmål 3). Vi vil nedenfor vurdere de samme temaene i samme rekkefølge som fra kapittel 4. Til slutt vil vi ta for oss våre betraktninger av funnene, og vurdering av fokusgruppene som en helhet.

5.2.1 Holdninger knyttet til tradisjonell røyking av laks

Innledningsvis var det interessant for oss å undersøke informantenes forhold og holdninger til tradisjonell røyking av laks.

Nøytral gruppe visste ikke helt hva den tradisjonelle røykemethoden innebar, men tradisjonelt kaldrøkt laks følte som et trygt produkt for dem. Slik som teorien beskrevet i kapittel 2.4, er vi nordmenn glad i tradisjonskost og de tradisjonelle måtene å tilberede mat på, samt at tradisjonskost og tradisjonelle tilberedningsmetoder oppleves både trygt og kjent.

Antageligvis er dette en tilsvarende holdning for gruppen, da de fikk positive assosiasjoner til at røykemethoden er tradisjonsrik. Tryggheten gruppen opplever knyttet til tradisjonelt røkt laks kan komme av at nordmenn er vanedyr og foretrekker det som er kjent og knyttet til tradisjoner. Gruppen hadde ikke tenkt på produksjonsmethoden, og var lite bevisste på denne.

Den **positive** gruppen trakk frem håndverk og tradisjoner i forbindelse med røyking av laks, og de hadde en oppfatning om at dette er en metode som ble brukt «før i tiden», mer enn nå. Det kommer ikke frem om gruppen tenker at forbruket av denne type produkt har gått ned, eller om det er selve methoden som er endret, ikke fordi spørsmålet var uklart, men fordi gruppen selv ikke hadde en klar formening om årsaken til holdningene sine. Norsk tradisjonsmat knyttes ofte til både landsbygder og bondegårdstradisjoner (Bondebladet,

2018), og assosiasjonene for den positive gruppen var i stor grad knyttet til gård, røykebuer og småskalaproduksjon, noe som i nyere tid i stor grad er erstattet med industriell produksjon.

Den **negative** gruppen hadde de sterkeste og mest bevisste holdningene til spørsmålet. De hadde en stor respekt for og stolthet knyttet til tradisjonell røyking av laks, og dette produktet trekkes frem som håndverksmat som krever kunnskap og tid. Tradisjonskost og tradisjonelle tilberedningsmetoder både trygt og kjent for nordmenn jf. teorikapittel 2.4, noe som var tilsvarende for **negativ** gruppe. Gruppen verdsatte produksjonsmetoden og kunnskapene knyttet til dette høyt. Dette kan skyldes at flere i gruppen har røkt laks selv, og dermed kjenner metoden godt.

5.2.2 Holdninger knyttet til bruk av røykkonsentrat til røyking av laks

Ved å stille spørsmål om hva gruppene assosierte med røykkonsentrat, var hensikten å få et innblikk i deres holdninger og forståelse av røykkonsentrat. Hvorfor tenker man slik som man gjør?

Det kom frem i Waldenstrøm sin undersøkelse at informantene som forholdt seg nøytrale til bruk av røykkonsentrat, også manglet kunnskap om temaet (Waldenstrøm et al., u.å.a). Dette opplevde vi var tilsvarende for den **nøytrale** fokusgruppen. De hadde innledningsvis negative assosiasjoner til røykkonsentrat, spesielt til ordet konsentrat, men til tross for dette var de nysgjerrige og tydelige på at de manglet kunnskap om temaet.

Den **positive** gruppen anså røykkonsentrat som både falskt og juks, og vi opplevde at de innledningsvis ikke var spesielt positive til det. Frykten for å føle seg «lurt» om de kjøpte et produkt med røykkonsentrat opplever vi var fordi de var redde for å ikke få samme smaksopplevelse som ved tradisjonell røyking. Samtidig trakk gruppen frem at tradisjonell røyking kan være helseskadelig og at det var et av argumentene for at røykkonsentrat kunne være hensiktsmessig å bruke. Vår opplevelse av gruppa er at til tross for at de har negative assosiasjoner til røykkonsentrat, er de i stand til å forstå hvorfor det løftes frem som et alternativ til den tradisjonelle røykemethoden.

Et av Waldenstrøm sine funn, var at de som var negative til bruk av tilsetningsstoffer også var negative til bruk av røykkonsentrat (Waldenstrøm et al., u.å.a). Dette var tilsvarende for den **negative** fokusgruppen, da de anså tilsetningsstoffer som ukjent, usunt og utrygt. De trakk frem røykkonsentrat som både kreftfremkallende og unaturlig. Årsaken til at gruppen tenker slik kan være manglende kjennskap til produksjonsmetoden.

Den **negative** gruppen var også redde for at den nye metoden ville endre smaksopplevelsen. En endring av produksjonsmetode fremstod for gruppen som en trussel mot gamle tradisjoner, og de hadde en frykt for at de tradisjonelle metodene som røyking skulle vannes ut og forsvinne, og at autentisiteten til produktet skulle endre seg.

I Waldenstrøm sin undersøkelse var 347 av 487 personer nøytrale til om røykkonsentrat ville være bedre for miljøet (Waldenstrøm et al., u.å.b). Våre funn viste derimot at alle gruppene uavhengig av kategorisering var positive til at røykkonsentrat kan være en mer miljøvennlig metode å røyke laks på.

5.2.3 Tillit til forskning – hva hemmer og fremmer tillit?

I teorikapittelet 2.4 ble en tidligere studie angående nordmenns tillit til forskning trukket frem. Denne studien viste at 89% av Norges befolkning har stor tillit til forskning. Til tross for dette viste studiene at hele 30% var kritiske til forskning de mistenker er kjøpt opp av industri eller myndigheter. Med bakgrunn i Waldenstrøms undersøkelse der det ble avdekket forbrukerskepsis ønsket vi å undersøke hvordan informantene stiller seg til forskning og hvem de har tillit til (Waldenstrøm et al., u.å.a; Waldenstrøm et al., u.å.b). Hva er det som hemmer og fremmer tillit hos forbrukere?

Det var felles for alle tre gruppene at de hadde en grunnleggende tillit til forskning, men var skeptiske til forskning som kan gagne matindustrien. Med dette mente de forskning som var *bestilt* av industrien, og skepsisen var knyttet til prinsippet om forskning for økt profitt. Gruppene drøftet ikke ideen om at forskningen var *bestilt* for å forbedre produktet i seg selv, uten at profitten var selve drivkraften. Det fremmet derimot tillit hos gruppene om avsenderen var nøytral og uavhengig, for da utgikk profittjakten som tema. Her ble Mattilsynet trukket frem hos de tre gruppene som et konkret eksempel på en nøytral og uavhengig aktør som de stoler på.

Den **nøytrale** gruppen hadde en grunnleggende tillit til forskning. Likevel betraktet de seg som kildekritiske til en viss grad, men dette var avhengig av hvem som var kilden. Hvis kilden var noen de i utgangspunktet hadde tillit til, ble forskningen i langt større grad tatt «*for god fisk*». Det var altså viktig for den **nøytrale** gruppen hvem som sto bak forskningen, og om de kunne betraktes som troverdige i utgangspunktet. Eksempel på dette var norske statlige etater. Noe som derimot hemmet tilliten til gruppen var uttalelser og bestillingsforskning fra matindustrien, og argumentasjonen var at forskningsprosjekter der industrien var involvert, kunne tilpasses industriens behov og ønsker.

Den **positive** gruppen fokuserte mer på at man må stole på egne betraktninger rundt det man blir fortalt, med hensyn til at ingen forskning oppleves komplett. Gruppen fant alltid både fordeler og ulemper ved all forskning, og vektla eget skjønn som en viktig faktor når de skulle forholde seg til ulike funn. Likevel var det en variabel som kunne endre utgangspunktet. Gruppen skilte tydelig på forskning presentert eksempelvis av en blogg sammenlignet med forskning presentert av mer seriøse aktører som norske statelige etater. Gruppen var altså opptatt av konteksten forskningen ble fremstilt i når de vurderte troverdigheten. De var tilbøyelig til å tro på at røykkonsentrat kan være sunnere enn tradisjonell røyking, men det vil altså være avgjørende hvem som er avsender og i hvilken kontekst dette blir presentert i.

Den **negative** gruppen hadde i stor grad mange likhetstrekk med de to andre gruppene, ved at de hadde tillit til forskning, og at de var kritiske til hensikten og hvem som stod bak den. Men et poeng som var interessant fra gruppen, var at om de allerede har en mening om et tema, må det en anerkjent og troverdig avsender til for å overbevise dem om det motsatte. Gruppen virket selektiv i hva de trekker ut av forskning, og fremsto som den gruppen som trenger mest bearbeidelse for å overbevises i en eller annen retning. De var for eksempel kritiske til røykkonsentrat, og de stolte på tradisjonell røyking med begrunnelse i en lang tradisjon og opplevelsen av det mer naturlige. Gruppen kunne ha trodd på at røykkonsentrat er sunnere enn tradisjonell røyking, fordi røyk kan inneholde skadelige stoffer. Men de trakk også frem at hvis man ikke spiser det «*hver dag, 365 dager i året, én kilo*», så er det ikke så skadelig, og de preferer fremdeles tradisjonell røyking.

5.2.4 Hva betyr naturlig i matsammenheng?

Naturlig var en av de viktigste akseptfaktorene i Waldenstrøm sin undersøkelse. Naturlig ble derfor aktuelt å undersøke fordi det åpenbart er viktig for forbruker, samtidig som begrepet ikke har en klar definisjon (Waldenstrøm et al., u.å.b). Hvordan definerer da en gruppe forbrukere naturlig? Hvorfor er det viktig?

Alle gruppene hadde lett for å beskrive naturlig, men hadde vanskelig for å kunne definere det. Jo mer de tenkte på det, jo flere aspekter dukket opp som gjør det vanskelig å definere. Ordet «naturlig» ser ut til å bety mange ting, og gruppene beskriver det på ulikt vis.

Nøytral gruppe trakk frem naturlig som noe rent og ubehandlet, nærmest rett fra jorda. I tillegg anså de norske matvarer som naturlig, de er rene, sunne og best. Hvorfor blir norsk mat trukket frem som naturlig? Vi antar at det handler om at den norske maten er kortreist og

lokal. Det har blitt gjennomført undersøkelser på nordmenns betraktninger omkring blant annet mat og miljø under COVID-19 pandemien. I undersøkelsen kom det tydelig frem at norsk, lokalprodusert mat er viktigere for forbrukere enn noensinne (Balci, 2021). Vi mistenker at grunnen til at norsk og naturlig er høyt oppe på agendaen hos den **nøytrale** gruppen, er fordi norsk mat er blitt viktigere for forbrukere generelt.

Det var gjennomgående under hele intervjuet at den **nøytrale** gruppen manglet kunnskap rundt røykkonsentrat og var nysgjerrige på temaet. Dette var også gjeldende når naturlig mat ble et tema. De anså i utgangspunktet røykkonsentrat som unaturlig, men stilte etter hvert spørsmål rundt dette når det ble reflektert rundt hva naturlig egentlig betyr for dem. Kan det egentlig være naturlig til tross for at det heter konsentrat? Dette var spørsmål gruppa stilte seg selv underveis i samtalen. De visste ikke hva konsentratet bestod av, men ble etter hvert mer åpen for at det faktisk kunne defineres som naturlig.

Den **positive** gruppen hadde mange refleksjoner rundt definisjonen og begrepet naturlig. I likhet med **nøytral** gruppe, anså de naturlig som noe sunnere og ubehandlet. I tillegg trakk de frem lite eller ingen tilsetningsstoffer som et aspekt. Gruppen reflekterte også over at omfanget av prosessering var et aspekt ved naturlig – dess mer et produkt var prosessert og bearbeidet, dess mindre naturlig kunne det være. Samtidig trakk den **positive** gruppen blant annet frem at de anså naturlig som både «*tulle*» og en «*merkelapp*» for å forsvare en høyere pris på produkter. Vi anser det som et interessant poeng at denne gruppen har et så bevisst forhold til hvordan matindustrien markedsfører produkter for å påvirke forbrukere. Teori beskrevet i kapittel 2.3 viser til at naturlig ofte er et ord som brukes til å markedsføre mat, og mange forbrukere anser dette som sunnere og av bedre kvalitet. Vi opplever at gruppen ser flere sider av saken og at naturlig kan være et overdrevent salgsargument fra industriens side.

Negativ gruppe beskrev hovedsakelig hva naturlig ikke var, og fokuserte i all hovedsak på prosessering og primært tilsetningsstoffer i den sammenheng. De trakk frem at røykkonsentrat var unaturlig da det for dem var et tilsetningsstoff. Vi beskrev tidligere i teorikapittelet 2.3 at forbrukere som bekymrer seg for bruken av tilsetningsstoffer vil ofte foretrekke å kjøpe produkter som er markedsført som et «naturlig» produkt. Dette er tilsvarende for den **negative** gruppen da de anså tradisjonell røyking som naturlig, og var svært skeptiske til tilsetningsstoffer og dermed skeptiske til røykkonsentrat. Vi opplever at gruppen anser røykkonsentrat som noe som bryter med viktigheten av tradisjonene tilknyttet tradisjonell røyking.

5.2.5 Bevissthet rundt valg

Det ble tidligere beskrevet i teorikapittelet 2.4 at det er mange aspekter som avgjør hva vi velger i en kjøpssituasjon. Dette var tilsvarende for våre fokusgrupper, der vi observerte at informantene tar mange bevisste og ubevisste valg, avhengig av ulike aspekter.

Gjennomgående for alle gruppene var beskrivelsen av kjøpssituasjoner og ulike valg. Dette anser vi som en følge av at de ble mer bevisst over sin egen atferd i løpet av intervjuene, og vi ønsket å belyse dette i kapittelet om «4.5 bevissthet rundt valg».

Nøytral gruppe var den gruppen som skilte seg mest ut ved å være «minst» bevisste i valgene de tar, og de poengterte også selv at de var ubevisste. Med det mente de at de gikk etter kjente produsenter, merkeordninger og de foretrakk norske produsenter - de handler gjerne etter gammelt mønster. Dette viser at de likevel har en form for bevissthet i sine valg, men at de ikke tenker over det. Gruppen hadde en skepsis til forskning fra matindustrien, men hadde overraskende mye tillit likevel når de var i en kjøpssituasjon. Da slår bevisstheten over på autopilot, og styres av opparbeidet tillit og innarbeidede handlemønstre. Markedsføring kan dog påvirke mønsteret, sammen med økt informasjon. Gruppen virket å være mest mottagelig for markedsføring fra kjente produsenter, helst norske, og det er også disse de hadde mest tillit til. Gjennomgående for den **nøytrale** gruppen var at de er nysgjerrig til røykkonsentrat, og i dette tilfelle trakk de frem at de kan være åpne for det, hvis riktig markedsføring ligger til grunn, og aller helst hvis det kommer fra en produsent de kjenner og stoler på fra før.

Positiv gruppe poengterte at om de skal velge noe ukjent, vil gode salgsargumenter være avgjørende. De trakk frem at valg av et nytt og ukjent produkt, enten må gi dem selv eller miljøet en gevinst, og de var rimelig bevisste på hva som avgjør hvilke valg de tar. Dette gjelder også røkt laks. Hvorfor skal de velge laks laget med røykkonsentrat? De vil forsikre seg om at de ikke velger bort noe «bedre» uten grunn. Kanskje det er en lavere aksept for å endre på noe i tradisjonsrike produkter og/eller noe man spiser sjeldent? Gruppen var klar på at det ikke var av interesse hva som var beste metode og fordelaktig for produsenten selv, konsentrat eller tradisjonell metode. For at de skulle endre holdning og kjøpe mat laget med konsentrat, måtte argumentasjonen gi en gevinst som for eksempel at røykkonsentrat var bedre for miljøet eller for å redusere matsvinn. Dette tror vi kan være aktuelt for mange forbrukere, da et nylig forskningsprosjekt avdekket at forbrukere var mer positive til tiltak fra industrien som reduserte matsvinn, enn tiltak gjort for å bedre folkehelsen (Altintzoglou T., 2020). Vi opplever at alle gruppene var tydelig på at miljøhensyn var en faktor som kunne

gjort dem positive til røykkonsentrat i større grad enn helseaspektet fra skadelige stoffer fra røyken ved tradisjonell røyking.

Negativ gruppe fremsto under hele intervjuet som den mest bevisste gruppe forbrukere. De var særlig opptatt av pris, produsent, forpakning og foretrakk småskalaprodusert røkelaks. For gruppen gikk god kvalitet og høyere pris hånd i hånd, og det måtte en «ekstrem» prisforskjell til for å velge røykkonsentrat kontra en tradisjonelt røkt laks. Ifølge teorien beskrevet i kapittel 2.4, handler nordmenn det som er kjent, og styrer unna det ukjente. Det er behovet for trygghet som gjør nordmenn trofaste mot kjente merkevarer fordi de vet hva de får. Dette virker også å være fremtredende for den **negative** gruppen. De er i utgangspunktet overbeviste om at den tradisjonelle metoden er best, og hvis det betyr at de må betale mer for dette, er de villige til det. De tror også at laks laget med konsentrat er billigere, noe som sannsynligvis henger sammen med at de tenker dette er av dårligere kvalitet. Gruppen fremstår med størst bevissthet, tydelighet og overbevisning, og som minst åpen for alternative produksjonsmetoder.

5.2.6 Holdning til nytt produkt og emballasje

Hensikten med å introdusere gruppene for et nytt røkelaksprodukt var å observere hva gruppene legger merke til når de blir presentert for en ny matvare. I en kjøpsituasjon er det mange aspekt som avgjør hva vi velger. Det ble tidligere beskrevet i teorikapittel 2.4 at utseende og fargebruk på forpakning, produsent og merkevarenavn, prosesseringsmetode og pris er viktige aspekter i en kjøpsituasjon. Vi utformet etiketten med norske merkeordninger og nøytrale farger, men unngikk å bruke logo nettopp for at de skulle vurdere produktet som helt nytt, slik som figur 5 viser. Det var viktig for oss at etiketten ikke skulle vekke assosiasjoner til andre produsenter.



Figur 5 viser produktet gruppene ble presentert for under intervjuet.

Den **nøytrale** gruppen påpekte umiddelbart at produktet var norsk. Det at de påpekte dette først, tror vi skyldes at det er noe de er opptatt av fra før. Det er viktig for denne gruppen at produktet er norsk. At produktet er av god kvalitet var også viktig, og for å kunne sikre seg dette foretrekker de å velge produsenter de kjenner fra før. Her var produsenten ukjent, og det var en vesentlig faktor for gruppen. Ukjent produsent gjør produktet mindre aktuelt å kjøpe. De la derimot sent merke til at røkelaksen var produsert med røykkonsentrat. Vi antar at dette skyldes at røyke – eller prosesseringsmetode er ukjent for veldig mange i forbindelse med røkt laks, og dermed er ikke dette den informasjonen de går etter når de skal kjøpe et produkt. Vi tolker dette som at røykemethoden på dette produktet ikke var så viktig for den **nøytrale** gruppen rett og slett fordi andre ting var viktigere.

I den **positive** gruppen var det ulikt hva de oppdaget først på produktet de ble presentert for, men kun to informanter la merke til at det var brukt røykkonsentrat i produksjonen.

Røykkonsentrat kombinert med ukjent produsent gjorde dette produktet mindre attraktivt å kjøpe. Samtidig var det positivt med det norske flagget og nøkkelhullsmerket, og det var også positivt at det faktisk var merket at produktet var laget med røykkonsentrat. Gruppen fremsto som veldig splittet i hva de la merke til og kommenterte. Her blir det tydelig at en produsent kan spille på mange ulike faktorer, og for denne gruppen finnes det ingen klar fasit for hva som vil fungere best i en markedsføring. Den største utfordringen for en nyvinning vil likevel være at denne gruppen helst velger noe de kjenner fra før.

Negativ gruppe mente umiddelbart at helheten på forpakninga var lite innbydende, og de ble skeptiske at til røykkonsentratet var fremhevet og at de er vant til at denne typen informasjon gjemmes mer bort. Produktets etikett ble regelrett slaktet. Vi tenker at dette komme av skepsisen de generelt har mot røykkonsentrat, og at de av den grunn ikke ville ha kjøpt produktet. Det kan også tenkes at det kommer av at de har en så sterk preferanse for den tradisjonelle røykingen at det skal mye til for å «ofre» dette alternativet. Denne skepsisen strekker seg så langt at de kun trekker frem at dette kan være et alternativ for noen andre som ikke er så bevisste.

5.2.7 Våre betraktninger

Underveis i selve fokusgruppeintervjuene, analysen og vurderingen av materialer, gjorde vi oss noen betraktninger og vurderinger angående de ulike gruppene. Vi velger å ta med disse fordi det bidrar til å kaste lys over momenter som ellers ikke ville kommet frem.

Den **nøytrale** gruppen fremsto for oss som forsiktige og tilbakeholdne i sine meninger, og de gav inntrykk av å ikke ville uttale seg om noe de ikke kjente til fra før. De hadde kanskje sterkere meninger enn det som kom frem, men de var forsiktige med å by på seg selv. Eksempelvis kunne de komme med meningene sine, men avslutte med å si at de ikke hadde nok kunnskap om emnene. På denne måten virket de nettopp nøytrale i mange av temaene som ble diskutert. Under intervjuet etterspurte de stadig informasjon om røykkonsentrat. Det var åpenbart at de mente at det var vanskelig å snakke om noe de ikke fikk mer informasjon om og det virket som de følte seg på «utrygg grunn».

Intervjuet med den **nøytrale** gruppen var det første intervjuet som ble gjennomført, og var det intervjuet der moderator fulgte opp informantene mest. Dette skyldtes at informantene var rett og slett var forsiktige i svarene de ga. Selv om moderator stadig måtte bekrefte spørsmålene som ble stilt og svarene som ble gitt, kom det ikke frem noe mer eller noe nytt.

Gruppen var forsiktig, og oppfølgingen bekreftet dette. Det kan være at gruppedynamikken forsterket forsiktigheten, og at vi derfor ikke evnet å få fram alt de egentlig tenkte og mente.

Den **positive** gruppen var aktive, ærlige og uredde for å si sine meninger. Det fremsto for oss som en trygg gruppe å uttale seg i, der alle var tilnærmet likestilte. I gruppens resonnementer kom det frem at de ser både positive og negative sider av samme sak, og gruppen reflekterte godt rundt temaene sammen. De var ikke redde for å motsi hverandre og diskutere seg frem til hva de egentlig mente. Vi opplevde at dette førte til at gruppen kom med nye tankerekker og refleksjoner gjennom intervjuets gang. De virket åpne og nysgjerrige, men samtidig reflekterte og til dels kritiske. Vi har i etterkant tenkt at gruppen for eksempel lett kunne latt seg overbevise om at røykkonsentrat er et bedre alternativ enn tradisjonell røyking, om vi bare hatt gitt dem et godt og gangbart argument.

I og med at det var en aktiv gruppe var det ikke behov for at moderator styrte samtalen. Til tross for at gruppen flere ganger sa mye «vet ikke» og var usikre på hva de tenkte om spørsmålet som ble stilt, var de i stand til å reflektere seg frem til gode svar.

Den **negative** gruppen skilte seg ut fra de andre gruppene på flere måter. De svarte raskt, hadde få tenkepauser og virket ivrige og bevisste. Det var tydelig at denne gruppen var trygg på egne holdninger helt fra start i intervjuet og hadde klare, direkte og sterke meninger. De var tro mot egen overbevisning og argumenterte med flere egne erfaringer som en forklaring på hvorfor de tenkte som de gjorde. Gruppen fremstod som reflekterte og bevisste på matproduksjon og prosesseringsmetoder. Deler av gruppen hadde tydelige holdninger fordi de har erfaring med røykemetoder selv. Likevel kunne alle fremstå som noe forutinntatte og mindre villig til å reflektere over og være nysgjerrig på hva som kan være positivt med akkurat røykkonsentrat.

Denne gruppen var så ivrige i diskusjonene at de sporet lett av temaene. Moderator måtte derfor styre intervjuet for å holde tiden, og for å ivareta at alle fikk kommet med sitt synspunkt. Dette var også den gruppen med minst bekjenskaper innad i gruppen, og mellom moderator og informantene, så det var overraskende at de ble så fort trygge på hverandre og moderator.

5.3 Forslag til videre studier

Tidligere forskning gjennomført av Waldenstrøm viste *hva* slags holdninger forbrukere hadde til *ulike røykemetoder*. Ved hjelp av kvalitativ metodikk fikk vi muligheten til å undersøke *hvorfor* forbrukerne hadde de holdningene de har til *ulike røykemetoder*. Gjennom refleksjon og samtale mellom informantene i gruppene opplevde vi at enkelte kunne være tilbøyelig til å endre holdning, og *holdningsendringer* kan være et tema for videre forskning.

Vi tenker at det kan være interessant å presentere ulike forbrukere for røykemetodene med positiv, nøytral og negativ kontekst og vinkling. Vi presenterte røykemetodene på en nøytral måte, i og med at informantene kun fikk to enkle definisjoner av røykemetodene å forholde seg til. Om man derimot hadde presentert røykemetodene med ulik vinkling tror vi at man kunne fått et interessant innblikk i hva som skal til for å oppnå en holdningsendring.

Eksempelvis at man legger frem røykkonsentrat som et bedre alternativ enn tradisjonell røyking.

Vi har også erfart at konsentrat var et negativt ladet begrep om den alternative røykemetoden. Det burde undersøkes videre hva som kan fungere bedre i markedsføringssammenheng. Dette kan være begreper som røyksyre, røykaroma, eller renset røyk.

6. Konklusjon

Vårt hovedmål var å undersøke og kartlegge kjennetegn hos forbrukergrupper med lignende holdninger til tradisjonelt kaldrøkt laks og alternativ kaldrøyking av laks.

Holdningsundersøkelsen delte informantene innledningsvis i tre grupper (nøytral, positiv og negativ). Inndelingen var basert på gjennomsnittssvaret de gav i holdningsundersøkelsen, og i utgangspunktet var det lite som skilte de tre gruppene fra hverandre. Analyse og funn i fokusgruppeintervjuene avdekket og utdypet hvilke holdninger de hadde til fenomenet *ulike røykemeter*.

Hovedfunnene i denne studien viste at forbrukergruppene opplevde fenomenet *ulike røykemeter* relativt likt. De hadde mange felles assosiasjoner og tanker, men med ulik vinkling. Våre funn sammenfaller i stor grad med Waldenstrøm sin tidligere forskning, der majoriteten av hennes informanter var negative eller nøytrale til bruk av røykkonsentrat.

Den **nøytrale** gruppen var skeptiske til røykkonsentrat, men vi opplevde dem likevel som nøytrale under hele intervjuet fordi de var svært nysgjerrige på fenomenet *ulike røykemeter*. Til tross for skepsisen foretrakk de den tradisjonelle røykemeter siden den opplevdes kjent og trygg, og fordi de manglet kunnskap om røykkonsentrat. Gruppen skilte seg ut ved å være «minst» bevisste i valgene de tar i butikk, noe de selv poengterte. Ved markedsføring av røkt laks med røykkonsentrat ville det være avgjørende at det var en norsk produsent de kjente til og stolte på fra før.

Den **positive** gruppen var også nøytrale i sine holdninger til røykkonsentrat, men samtidig kritiske. Til tross for at de var kritiske tenker vi at de lett kunne latt seg overbevise med gode argumenter om hvorfor røykkonsentrat kunne vært en alternativ røykemeter av røkt laks. De var åpne for begge røykemeter gjennom hele intervjuet, og vi opplevde gruppen som en mer bevisst gruppe enn **nøytral** gruppe.

Den **negative** gruppen var veldig negative til røykkonsentrat under hele intervjuet, og foretrakk tradisjonell røyking. Et særlig karakteristisk tegn var at de anså røykkonsentrat som et tilsetningsstoff, og da tilsetningsstoffer var svært negativt for gruppen, ble røykkonsentrat dermed uaktuelt. Gjennom hele intervjuet var de tro mot egen overbevisning, og særlig tradisjonsaspektet var viktig for gruppen. Det er et interessant funn å få så tydelige og klare svar på hvorfor noen tenker at røykemeter vi presenterer ikke er et godt alternativ for dem.

Bruk av fokusgrupper med fem personer i et digitalt intervju var en metode som fungerte svært godt til å få innsikt i forbrukernes holdninger. Blant annet avdekket vi at det er skepsis mot forskning de opplevde som «bestilt og betalt», at de hadde lett for å beskrive naturlig, men vanskelig for å kunne definere det, og at det i større eller mindre grad var en jevn skepsis mot røykkonsentrat, spesielt i tradisjonsrike produkter. Alle gruppene hadde kjennskap til de negative sidene ved tradisjonell røyking, men fordi bruksfrekvensen av røkelaks var lav i alle gruppene, var det en felles holdning om at dette var uproblematisk ved inntak i små mengder.

Vi antar at forbrukernes holdninger ville endret seg med økt kunnskap om fenomenet *ulike røykemetoder*. Hvordan informasjon legges frem ville nok også kunne gi en holdningsendring. En vinkling der den helsemessige fordelene trekkes frem vil antageligvis påvirke holdningen i positiv retning, mens informasjon som fokuserer på tids- og kostnadsbesparelser i industrien vil påvirke holdningen negativt. Vi tror også at om vi hadde presentert gruppene for røkelaks med røykkonsentrat fra en produsent de kjenner til og stoler på fra før, ville de vært mer positivt innstilt. Samtidig har vi erfart at ordet konsentrat er negativt ladet, og at videre undersøkelser på hvilket begrep som bør benyttes, kan være hensiktsmessig og interessant

7. Referanseliste

- Aker, A. B., & Sundqvist, N. (2021). *Du får mye på kjøpet når du handler norsk*. Hentet fra Nationen.no: <https://www.nationen.no/motkultur/debatt/du-far-mye-pa-kjopet-nar-du-handler-norsk/>
- Altintzoglou, T. (2020). *Miljøvennlig eller lettvinnt mat - hva velger du i butikken?* Hentet fra Nofima.no: <https://nofima.no/mening/miljovennlig-eller-lettvinnt-mat-hva-velger-du-i-butikken/>
- Altintzoglou, T. (2021). *Slik markedsfører du innovativ mat*. Hentet fra Matindustrien.no: <https://matindustrien.no/forskning/2021/slik-markedsforer-du-innovativ-mat>
- Balci, S. (2021). *Pandemien har fått oss til å tenke annerledes rundt mat*. Hentet fra Forskning.no: <https://forskning.no/forbruk-mat-mat-og-helse/pandemien-har-fatt-oss-til-a-tenke-annerledes-rundt-mat/1850287>
- Bjørklund, O. (2005). *Fokusgruppe - noen metodiske betraktninger*. Hentet fra Nofima.no: <https://www.nofima.no/filearchive/Oddrun%20Bjorklund.pdf>
- Bondebladet. (2018). *Mange sultne på tradisjonsmat*. Hentet fra Bondebladet.no: <https://www.bondebladet.no/article/mange-sultne-pa-tradisjonsmat/>
- Bugge, A. B. (2015). *Mat, måltider og moral*. Hentet fra Oslomet.no: https://oda.oslomet.no/oda-xmlui/bitstream/handle/20.500.12199/927/file80368_sifo_fagrapport_3_2005_mat.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cardinal, M., Gunnlaugsdottir, H., Bjoernevik, M., Ouisse, A., L, V. J., & Leroi, F. (2004). Sensory characteristics of cold-smoked Atlantic salmon (*Salmo salar*) from European market and relationships with chemical, physical and microbiological measurements. *Elsevier* Volume 37, Issue 2, 2004, Pages 181-193
<https://doi.org/10.1016/j.foodres.2003.12.006>
- Evensen, T. (2020). *Rekordtro på forskning*. Hentet fra Forskningsrådet.no: <https://www.forskningsradet.no/nyheter/2020/rekordtro-pa-forskning/>
- Hannisdal, A. (u.å.). *Kapittel 12 Røyking*. TMAT3002, Matvitenskap, teknologi og bærekraft, Institutt for bioteknologi og matvitenskap Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet NTNU.
- Hannisdal, A., & Hemmer, E. (2017). *Kjøtt-teknologi Kompendium*. TMAT3002, Matvitenskap, teknologi og bærekraft, Institutt for bioteknologi og matvitenskap Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet NTNU.
- Helsenorge. (u.å.). *Kostråd om salt*. Hentet fra Helsenorge.no: <https://www.helsenorge.no/kosthold-og-ernaring/kostrad/kostrad-spis-mindre-salt/>
- Hillesland, J. (2017). *Hva skal vi ha til middag? Det vanlige, takk*. Matnyttig, s. 24-27.

- Ipsos (2018). "Naturlig" mat: Hva betyr det for forbrukere? Hentet fra Ipsos.com: <https://www.ipsos.com/nb-no/naturlig-mat-hva-betyr-det-forbrukere>
- Johannessen, L. E., Rafoss, T. W., & Rasmussen, E. B. (2016). *Hvordan bruke teori? Nyttige verktøy i kvalitativ analyse*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Karlsen, H., Hannisdal, A., Skeie, S., Lerfall, J., & Wicklund, T. (2018). *MAT Råstoff og behandling Kompendium*. TMAT3002, Matvitenskap, teknologi og bærekraft, Institutt for bioteknologi og matvitenskap Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet NTNU.
- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2015). *Det kvalitative forskningsintervju*. Gyldendal Norsk Forlag AS.
- Lynum, L. (1999). *Fisk og fiskeprodukter*. Yrkeslitteratur AS.
- Lynum, L. (2005). *Videreførelse av fisk*. Tapir Akademisk Forlag.
- Malt, U. (2020). *Empiri*. Hentet fra Snl.no: <https://www.snl.no/empiri>
- Mattilsynet. (2017). *Naturlig er ikke det samme som trygt*. Hentet fra Matportalen.no: https://www.matportalen.no/uonskedestoffer_i_mat/tema/biologiske_gifter/naturlig_er_ikke_det_samme_som_trygt-1
- Mattilsynet. (2018). *Røykaroma*. Hentet fra Mattilsynet: https://www.mattilsynet.no/mat_og_vann/tilsatte_stoffer/aroma/roykaroma.3537
- Nilstun, C. (2018). *Informant*. Hentet fra Snl.no: <https://snl.no/informant>
- NSD. (u.å.). *Fyll ut meldeskjema for personopplysninger*. Hentet fra NSD.no: <https://www.nsd.no/personverntjenester/fylle-ut-meldeskjema-for-personopplysninger/>
- Nilstun, C. (2020). *Transparent*. Hentet fra Snl.no: <http://www.snl.no/transparent>
- Tjora, A. (2021). *Kvalitative forskningsmetoder*. Gyldendal Norsk forlag AS.
- Tjønneland, E. (2019). *Fenomen*. Hentet fra Snl.no: <https://snl.no/fenomen>
- Tjønneland, E. (2020). *Generalisering*. Hentet fra Snl.no: <https://snl.no/generalisering>
- Uggerud, E. (2019). *Polysykliske aromatiske hydrokarboner*. Hentet fra Snl.no: https://snl.no/polysykliske_aromatiske_hydrokarboner
- Valø, T. (2019). *Comparing traditional wooden smoke and purified condensed smoke in combination with potassium lactate in cold smoked salmon (Salmo Salar L.)*. (Mastergrad, Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet, Trondheim). Hentet fra <https://ntnuopen.ntnu.no/ntnu-xmlui/handle/11250/2624577?locale-attribute=no>

- Valø, T., Jacobsen, A. N., & Lerfall, J. (2020). The use of atomized purified condensed smoke (PCS) in cold-smoke processing of Atlantic salmon - Effects on quality and microbiological stability of a lightly salted product. *Elsevier*. Volume 112, 2020, 107155 <https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2020.107155>
- Varlet, V., Serot, T., Knockaert, C., Cornet, J., Cardinal, M., Monteau, F., Prost, C. (2007). Organoleptic characterization and PAH content of salmon (*Salmo salar*) fillets smoked according to four industrial smoking techniques. *Journal of the Science of Food and Agriculture*. Volume 87, issue 5 p. 847-854
<https://doi.org/10.1002/jsfa.2786>
- Waldenstrøm, L., Wahlgren, M., Lerfall, J., & Gaarder, M. (u.å.a). *Norwegian consumers attitudes towards smoke-flavouring of salmon*.
- Waldenstrøm, L., Wahlgren, M., Lerfall, J., & Gaarder, M. (u.å.b). *Norwegian consumers attitudes towards smoke-flavouring of salmon*.
- Wæhle, E., Dahlum, S., & Grønmo, S. (2020). *Case-studie*. Hentet fra snl.no:
<https://snl.no/case-studie>

1. Informasjonsskriv holdningsundersøkelse

Har du lyst til å være med i en digital fokusgruppe (gruppeintervju)?

For å delta må du være over 18 år og spise kaldrøkt laks minst en gang per år :-)

Hvordan gjennomfører du undersøkelsen?

Første del er å gjennomføre denne spørreundersøkelsen. Det vil ta deg i underkant av 5 min. Gjennomføres undersøkelsen på smarttelefon, snu telefonen til liggende modus.

Neste steg vil være at du kan bli invitert til å delta i et fokusgruppeintervju sammen med 4-5 andre personer i den digitale plattformen Teams. Under et fokusgruppeintervju vil gruppen bli stilt ulike spørsmål som skal diskuteres i plenum. Det er ingen rette eller gale svar, vi er kun interessert i hva du tenker. Intervjuet vil ta ca. 1 time og gjennomføres i uke 15. For at vi skal kunne kontakte deg for å invitere til fokusgruppeintervju, vil du måtte oppgi din e-postadresse på slutten av spørreundersøkelsen.

Dette gruppeintervjuet er en del av en bachelor knyttet til et pågående doktorgradsprosjekt for Matteknologi ved NTNU. Vi ønsker å undersøke fellestrekk hos dere som har lignende holdninger til røkt laks.

Prosjektslutt er 20. mai 2021 og dataene vil transkriberes og bli lagret anonymt etter prosjektslutt. Det er frivillig å delta i undersøkelsen og du kan når som helst trekke deg uten å måtte oppgi grunn. Vi behandler kun data om deg basert på ditt samtykke.

Hvor kan jeg finne ut mer?

Hvis du har spørsmål til studien, ta kontakt med *NTNU* ved:

- Birgitte på e-post (birgise@stud.ntnu.no) eller telefon: 97 75 86 18
- Anna på e-post (aefjosne@stud.ntnu.no) eller telefon: 41 54 85 87
- Veileder Lene Waldenstrøm (lene.waldenstrom@ntnu.no)
- Personvernombud Thomas Helgesen (thomas.helgesen@ntnu.no)
- NSD – Norsk senter for forskningsdata AS, på e-post (personverntjenester@nsd.no) eller telefon: 55 58 21 17.

På oppdrag fra *NTNU* har NSD – Norsk senter for forskningsdata AS vurdert at behandlingen av personopplysninger i dette prosjektet er i samsvar med personvernregelverk

2. Informasjonsskriv fokusgruppe

Informasjon om digital fokusgruppe i uke 15

Du oppga din e-post da du svare på vår digitale spørreundersøkelse og inviteres nå til digital fokusgruppe sammen med 4-5 andre personer på Teams. Under fokusgruppeintervjuet vil du bli stilt ulike spørsmål som skal diskuteres i plenum. Det er ingen rette eller gale svar, vi er kun interessert i hva du tenker. Intervjuet vil ta ca. 1 time.

Tidspunkt for fokusgruppen: Onsdag 14. april kl. 18-19.

Denne bacheloroppgavestudien er knyttet til et pågående doktorgradsprosjekt ved Matvitenskap, teknologi og bærekraft ved NTNU. Vi ønsker å undersøke fellestrekk hos dere som har lignende holdninger til røkt laks, og spørsmålene krever ingen forkunnskaper.

Prosjektslutt er 20. mai 2021 og dataene vil transkriberes og anonymiseres etter prosjektslutt. Det vil bli tatt lyd – og videoopptak, som slettes etter prosjektslutt. Det er frivillig å delta i prosjektet og du kan når som helst trekke deg uten å måtte oppgi grunn. Du har rett til å få innsyn i hvilke personopplysninger som registreres om deg og du har rett til å sende klage til personvernombudet eller Datatilsynet om behandling av dine personopplysninger. Vi behandler kun data om deg basert på ditt samtykke.

Hvis du har spørsmål til studien, ta kontakt med NTNU ved:

- Birgitte på e-post (birgise@stud.ntnu.no) eller telefon: 97 75 86 18
- Anna på e-post (aefjosne@stud.ntnu.no) eller telefon: 41 54 85 87
- Veileder Lene Waldenstrøm (lene.waldenstrom@ntnu.no)
- Personvernombud Thomas Helgesen (thomas.helgesen@ntnu.no)
- NSD – Norsk senter for forskningsdata AS, på e-post (personverntjenester@nsd.no) eller telefon: 55 58 21 17.

På oppdrag fra NTNU har NSD – Norsk senter for forskningsdata AS vurdert at behandlingen av personopplysninger i dette prosjektet er i samsvar med personvernregelverket.

Hvis noe kommer opp og du ikke har anledning til å være med, send gjerne mail/melding/ring til Anna eller Birgitte.

Tusen takk for at dere stiller opp! :-D

Mvh Anna & Birgitte

Microsoft Teams møte

Bli med fra datamaskin eller mobilapp

[Klikk her for å bli med på møtet](#)

[Finn ut mer](#) | [Møtealternativer](#)

3. Intervjuguide

Oppvarmingsspørsmål

Intro (Birg, 25 år, fra Ringsaker. Anna, 23 år, fra Oppdal) - Går runden

1. Hvorfor ville dere delta her i dag?
2. Har noen av dere deltatt på fokusgrupper tidligere?
3. Beskriv hva dere forbinder med røkelaks?

Refleksjonsspørsmål

Til tradisjonell røyking av laks brukes røyk som utvikles fra ulmende treflis, vanligvis fra løvtrær eller eier, til å smaksette og konservere laksen.

Til alternativ røyking av laks benyttes vanligvis røykkonsentrat i flytende form (dypping, pensling, spraying), til å smaksette og konservere laksen.

4. Hvilke assosiasjoner får dere når dere hører:

- Tradisjonell røyking
- Røykkonsentrat

Kan dere begrunne hvorfor?

5. Stoler dere på forskning?

- Har det noe å si fra hvem?
- Har tema noe å si? (klima, vaksiner, politikk, sunnhet og helse, kosthold?)
- Hva med bloggere?
- Hva med forskning publisert fra en matprodusent?

6. Hvis forskning sier at røykkonsentrat er sunnere enn tradisjonell røyking, ville dere ha trodd på det?

- Hvorfor stoler du på/ikke på denne forskningen?

7. Hva tror dere er fordeler og ulemper med røykkonsentrat?

8. I matsammenheng – hva betyr naturlig for deg?

- Anser dere tradisjonell røyking som naturlig?
- ...røykkonsentrat om naturlig?

→ Kan det hende at du vurderer om noe er naturlig basert på emballasjen? Eller produsent?

9. Hva tenker du når du ser denne pakka?

→ Hvorfor eller hvorfor ikke ville ha dere kjøpt denne?

→ Interesserer nyheter dere?

→ Hva tenker du om pris på dette produktet?



Avrunding

10. Hvis prisen var lik - hva ville dere foretrukket å kjøpe av tradisjonell og alternativ/røykkonsentrat hvis dere likte laksen like godt?

11. Har dere tro på nye løsninger som røykkonsentrat i mat?

12. I hvilke produkter tror dere at røykkonsentrat benyttes i dag?

13. Er det noe dere har kommet på underveis, som dere ønsker å legge til?

4. Holdningsundersøkelsen

1: Jeg har mottatt og forstått informasjonen om prosjektet og samtykker til å delta i denne undersøkelsen.

- Ja
- Nei

2: Er du over 18 år og spiser kaldrøkt laks minst en gang per år?

- Ja
- Nei

Først ønsker vi å vite litt om deg

3: Hvor ofte spiser du røkt laks?

- Sjeldnere enn 1 gang per år
- 1-3 ganger per år
- 4-6 ganger per år
- Månedlig
- Ukentlig
- Daglig

4: Kjønn:

- Kvinne
- Mann
- Annet

5: Alder:

- 18-20 år
- 21-30 år
- 31-40 år
- 41-50 år
- 51-60 år
- 61-70 år
- 71 - 80 år

6: Hva er din høyeste fullførte utdanning?

- Ungdomsskole
- Videregående
- Teknisk fagskole eller annen utdanning under 3 år
- Bachelorgrad eller tilsvarende
- Mastergrad eller tilsvarende
- Høyere utdanning enn mastergrad
- Annet

7: Hva er din husholdnings omtrentlige samlede brutto årsinntekt (før skatt og fradrag)?

- Under 200 000 kr.
- 200 000 - 399 000 kr.
- 400 000 - 599 000 kr.
- 600 000 - 799 000 kr.
- 800 000 - 999 000 kr.
- 1000 000 - 1199 000 kr.
- 1200 000 - 1399 000 kr.
- 1400 000 - 1599 000 kr.
- Over 1600 000 kr.
- Vet ikke/Ønsker ikke å svare

8: Hva er ditt daglig virke (hovedbeskjeftigelse)?

- Jobber (hel- eller deltid)
- Går på skole/Studerer
- Arbeidssøkende
- Permisjon
- Ufør
- Pensjonist
- Annet

9: Hvor bor du?

- Nord-Norge
- Midt-Norge
- Østlandet
- Vestlandet
- Sørlandet
- Annet

10: Til tradisjonell røyking av laks brukes røyk som utvikles fra ulmende treflis, vanligvis fra løvtrær eller eier, til å smaksette og konservere laksen.

Til alternativ røyking av laks benyttes vanligvis røykkonsentrat i flytende form (dypping, pensling, spraying), til å smaksette og konservere laksen.

Nedenfor er de et listet opp 7 påstander. Hvor enig/uenig er du i disse påstandene?

	Helt uenig	Ganske uenig	Hverkenenig/uenig	Ganske enig	Helt enig
Jeg tror/mener at alternativ røyking av laks er like sunt eller sunnere enn tradisjonell røyking.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg tror/mener at alternativ røyking ikke påvirker smaksopplevelsen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alternativ røyking av laks er ikke naturlig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alternativ røyking av laks er ikke trygt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alternativ røyking av laks er bedre for miljøet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Laks som er produsert på tradisjonell måte inneholder færre tilsetningsstoffer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg ville kjøpt alternativt røkt laks hvis jeg hadde funnet det i butikken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11: Er det noe annet du vil si når det gjelder din holdning til røkt laks?

12: Fyll ut din e-post slik at vi kan kontakte deg igjen om du er aktuell for å delta i fokusgruppe:

Tusen takk for deltagelsen :-)

6. Eksempel fra transkripsjon, koding og kondensering

Utsnitt fra transkripsjon

Birgitte: Hva med forskning fra matprodusenter da?

Iver: Altså, da må man jo.. (kremt).. tenker jeg.. Altså i utgangspunktet så tenker jeg.. Jo.. Så.. Joda, jeg stoler jo på det, men du må på en måte også tenke på hvem.. eh.. hvem.. altså hvem er det som er tilbydereren av forskningen også.. For eksempel vil neppe Gilde produsere eller pushe frem en forskningsartikkel som sier at wienerpølser er livsfarlig og at det må ikke spises. Eh, de er jo.. Det er jo et problem med forskning at negative studier kommer frem i lyset fordi de: 1 - ikke blir publisert og 2 – at for eksempel bestiller av forskningen eier ofte resultatet, og kan jo velge å ikke gå videre med det. Så hvis for eksempel da Gilde kommer med artikkel som sier at da folk som spiser wienerpølser lever da 10 år lenger enn de som ikke gjør det så har det jo.. Så tror jeg ikke at de ljuger, men.. det er kanskje mer sånn nyansert enn som så da.

Noah: jeg følger jo både Nationen og Nortura på Facebook, og hver gang de poster noe sånn der at.. eh, husdyrproduksjon er kjempebra for miljøet så er jeg med kritisk da, fordi jeg vet hvem som poster artikkelen på en måte.

Iver: På samme måte som at hvis Dyrevernssalliansen sier at husdyrproduksjon er roten til alt vondt så tenker jeg at det heller ikke er to streker under svaret.

Noah: Mhmm..

Birgitte: Hva tenker du, Maud?

Maud: Nå har jeg mistet litt hva hovedspørsmålet var..?

Birgitte: Jeg lurer på om du stoler på forskning fra matprodusenter?

Maud: Ja... Nei, jeg er jo ganske enig i alt som har blitt sagt nå da.

Birgitte: Mhmm..

Maud: Jeg har liksom ikke så mye mer å komme med tror jeg. Også er jeg jo veldig glad i staten Norge da, og alle lover og regler vi har når det gjelder matproduksjon og matsikkerhet og - trygghet. Så jeg stoler jo ganske på de største bedriftene spesielt. Særlig Gilde og sånn. Jeg tror ikke at de har noen vonde intensjoner liksom. Så finner de ut at et produkt er skadelig så går dem ikke ut med det.

Tilhørende koder til transkripsjonsutklippet

Utsnitt fra koden **kritisk til forskningsavsender**

Kritisk til forskningsavsender

<Files\\Transkripsjon fokusgruppe 2> - 5 4 references coded [1,62% Coverage]

Reference 1 - 1,06% Coverage

Iver: Altså, da må man jo.. (kremt).. tenker jeg.. Altså i utgangspunktet så tenker jeg.. Jo.. Så.. Joda, jeg stoler jo på det, men du må på en måte også tenke på hvem.. eh.. hvem.. altså hvem er det som er tilbyderen av forskningen også.. For eksempel vil neppe Gilde produsere eller pushe frem en forskningsartikkel som sier at wienerpølser er livsfarlig og at det må ikke spises. Eh, de er jo.. Det er jo et problem med forskning at negative studier kommer frem i lyset fordi de: 1 - ikke blir publisert og 2 – at for eksempel bestiller av forskningen eier ofte resultatet, og kan jo velge å ikke gå videre med det. Så hvis for eksempel da Gilde kommer med artikkel som sier at da folk som spiser wienerpølser lever da 10 år lenger enn de som ikke gjør det så har det jo.. Så tror jeg ikke at de ljuger, men.. det er kanskje mer sånn nyansert enn som så da.

Reference 2 - 0,28% Coverage

Noah: jeg følger jo både Nationen og Nortura på Facebook, og hver gang de poster noe sånn der at.. eh, husdyrproduksjon er kjempebra for miljøet så er jeg med kritisk da, fordi jeg vet hvem som poster artikkelen på en måte.

Reference 3 - 0,20% Coverage

Iver: På samme måte som at hvis Dyrevernsalliansen sier at husdyrproduksjon er roten til alt vondt så tenker jeg at det heller ikke er to streker under svaret.

Reference 4 - 0,08% Coverage

Maud: Ja... Nei, jeg er jo ganske enig i alt som har blitt sagt nå da.

Utsnitt fra koden **hvilken forskning en stoler på**

Hvilke forskning en stoler på

<Files\\Transkripsjon fokusgruppe 2> - 5 1 reference coded [0,50% Coverage]

Reference 1 - 0,50% Coverage

Maud: Jeg har liksom ikke så mye mer å komme med tror jeg. Også er jeg jo veldig glad i staten Norge da, og alle lover og regler vi har når det gjelder matproduksjon og matsikkerhet og - trygghet. Så jeg stoler jo ganske på de største bedriftene spesielt. Særlig Gilde og sånn. Jeg tror ikke at de har noen vonde intensjoner liksom. Så finner de ut at et produkt er skadelig så går dem ikke ut med det.

Kondensering av *alle* koder tilhørende temaet forskning

Forskning

Gruppen har en grunnleggende tillit til forskning, men er kritiske til hensikten og avsender bak forskningen. Det kommer frem en kritisk holdning til forskningsartikler publisert fra industrien

«For eksempel vil neppe Gilde produsere eller pushe frem en forskningsartikkel som sier at wienerpølser er livsfarlig og at det må ikke spises.»

Gruppen trekker frem at de er kritiske til avsender de føler har en agenda:

«Jeg følger jo både Nationen [dagsavis] og Nortura [kjøttprodusent] på Facebook, og hver gang de poster noe sånn der at.. Eh. Husdyrproduksjon er kjempebra for miljøet så er jeg mer kritisk da, fordi jeg vet hvem som posten artikkelen på en måte. På samme måte som at hvis Dyrevernalliansen [norsk stiftelse] sier at husdyrproduksjon er roten til alt vondt, så jeg tenker at det heller ikke er to streker under svaret».

Og har størst tiltro til forskning som kommer fra troverdige kilder.

«Som en sånn vanlig [forbruker] er jeg jo prisgitt at det.. det som serveres av data og konklusjoner faktisk holder vann. For jeg selv er jo ikke i stand til å ettergå det på noe som helst vis».

Gruppen har en sterk tillit til norske institusjoner som innebærer alt fra matindustri til norske myndigheter. Etablerte produsenter som Gilde trekkes frem flere ganger som en troverdig avsender. Store og etablerte matprodusenter har et renommé å ivareta, og kan ikke risikere feilskjær kan være fallhøyden.

«Også er jeg jo veldig glad i staten Norge da, og alle lover og regler vi har når det gjelder matproduksjon og matsikkerhet og - trygghet. Så jeg stoler jo ganske på de største bedriftene spesielt. Særlig Gilde og sånn. Jeg tror ikke at de har noen vonde intensjoner liksom. Så finner de ut at et produkt er skadelig så går dem ikke ut med det.»