

Kandidatnummer: 10070

## **Å sette i bevegelse**

Et emosjonelt perspektiv på motivasjon hos bærekraftige endringsagenter i hotellbransjen

Bacheloroppgave i Psykologi

Veileder: Vilde Johannessen

Mai 2022



Kandidatnummer: 10070

## **Å sette i bevegelse**

Et emosjonelt perspektiv på motivasjon hos bærekraftige endringsagenter i hotellbransjen

Bacheloroppgave i Psykologi  
Veileder: Vilde Johannessen  
Mai 2022

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet  
Fakultet for samfunns- og utdanningsvitenskap  
Institutt for psykologi



**NTNU**

Kunnskap for en bedre verden



## **Forord**

Denne bacheloroppgaven representerer fullføring av et treårig bachelorprogram i psykologi ved NTNU, våren 2022. Studiens problemstilling er selvstendig utformet innenfor prosjektets rammeverk: «smaken av det grønne», en kvalitativ studie. Oppgaven undersøker motivasjon hos bærekraftige endringsagenter i hotellbransjens restaurantvirksomhet, gjennom et emosjonsteoretisk perspektiv. Det emosjonsteoretiske rammeverket er et resultat av personlig interesse. Datainnsamling foregikk gjennom intervjuer av to informanter, utført av meg. Dog var intervjuene basert på en ferdiglaget intervjuguide, utformet av veileder for prosjektet, Vilde Johannessen. Analyse, resultater, diskusjon og utvelgelse av relevant litteratur og empiri er gjort selvstendig. Veileder har dog lest gjennom oppgaven én gang, og kommet med konstruktive og utfordrende tilbakemeldinger. Jeg vil først takke Vilde Johannessen for intervjuguide og samtykkeskjema, som har vært hjelpsomme verktøy. Viktigst av alt vil jeg takke henne for god veiledning og oppfølging underveis i semesteret. Jeg vil også takke studentassistentene Maria Hellebust og Jo Fosby Jaavall for deres tilgjengelighet og engasjement.

## **Sammendrag**

Studiens formål var å utforske hvordan motivasjon oppleves av bærekraftige endringsagenter til å føre bærekraftige omstillinger i sin restaurantvirksomhet, med fokus på hotellbransjen. Motivasjon ble i dette prosjektet betraktet gjennom et emosjonsperspektiv. En kvalitativ studie ble gjennomført, hvor data ble innsamlet via semistrukturerte intervju av to hotelldirektører. Basert på en tematisk analyse kom det frem to hovedtema: “bærekraft føles godt” og “grunnleggende verdisystemer knyttet til bærekraft”. Informantene vektla hvordan bærekraftig arbeid oppleves meningsfylt, og beskrev påvirkningskraft som en viktig bidragsyter til motivasjon og positive emosjoner. Egen oppfatning av påvirkningskraft kan se ut til å bidra til en opplevd forpliktelse, basert på iboende verdisystemer, til å innta en oppdragerrolle. Å handle inkongruent med disse forpliktelsene utløser behagelige følelser. Det ble også beskrevet hvordan diverse interessekonflikter oppleves som barrierer for motivasjon.

## Å sette i bevegelse: Et emosjonelt perspektiv på motivasjon hos bærekraftige endringsagenter i hotellbransjen

Siden 1980 har den globale temperaturen steget med omtrent 0.2 grader celsius hvert tiende år, som følge av utslipp av klimaskadelige gasser (Hansen et.al, 2006). Matproduksjon alene utgjør opp imot en tredjedel av disse gassene på verdensbasis (Gregory & Smith, 2012), som gjør matindustrien til en stor klimautfordring. Den norske befolkningen vil trolig stige med mellom 10 og 18 prosent innen 2050 (Christiansen, 2021), som vil si at vi er nødt til å mette omtrent 6 millioner mennesker. Paradoksalt nok stiller regjeringen krav om å redusere klimagassutslipp med 90 prosent innen den tid (Klima og miljødepartementet, 2017). På grunnlag av dette kan det konkluderes med at matproduksjon er en klimaversting, noe som gjør det viktig å ta et dypdykk i matindustrien, for å nå bærekraftsmålene vi har satt oss innen 2050.

Et grønt skifte i matindustrien krever innovasjon og entreprenørskap knyttet til produksjon, distribusjon og forvaltning av mat, da vi ser at dagens løsninger ikke er tilstrekkelige for en bærekraftig fremtid (Earle, 1997). Vel så viktig som entreprenørskap er det vi kaller intraprenørskap: innovasjon innad i organisasjoner og bedrifter (Antoncic & Hisrich, 2003). Et grønt skifte i matindustrien krever med andre ord også miljømessige omstillinger i eksisterende bedrifter.

Å implementere bærekraftige tiltak i bedrifter med lange tradisjoner kan være utfordrende, da slike endringer er svært ressurskrevende (Fazio et al., 2009). Mangel på ekspertise, økonomiske begrensninger og organisasjonskulturelle hindringer er eksempler på årsaker til at grønne omveltninger mislykkes (Jaramillo et.al., 2018). Derfor er det essensielt å ha bærekraftige endringsagenter som gallionsfigurer under bærekraftige omstillinger. På grunnlag av de mange barrierene en møter i en slik prosess, blir motivasjon et sentralt begrep for å forstå endringsagenter og deres engasjement på tross av store utfordringer.

Dette danner fundamentet for min problemstilling. Vi ser et tydelig behov for store omveltninger i matindustrien, noe som vil kreve stort engasjement, med motiverte, bærekraftige endringsagenter i spissen. Problemstillingens ordlyd er som følger: *“Hvordan oppleves motivasjon for bærekraftige endringsagenter til å føre omstillinger i hotellbransjens restaurantvirksomhet?”*. Opplevelsen av motivasjon inkluderer hva som fasiliterer og inhiberer motivasjon.

Grunnet bacheloroppgavens ordbegrensning, begrensede ressurser og erfaring har jeg valgt å avgrense oppgaven til hotellbransjens restaurantvirksomhet. Dette er interessant fordi hoteller har reell påvirkningskraft hos de store matprodusentene og distributørene, da de

kjøper enorme mengder mat hvert år. Derfor står de i en sterk posisjon til å stille strengere krav til bærekraftig produksjon.

Oppgavens struktur blir som følger. Først vil det bli redegjort for relevant teori og begrepsavklaringer, for deretter å presentere metoden som er brukt i denne studien. Så vil resultatene fremlegges, for deretter å diskutere dem opp imot teori og annen empiri. Avslutningsvis vil det presenteres en oppsummering, og refleksjon rundt metodiske begrensninger, implikasjoner og videre forskning.

### **Teoretisk rammeverk**

Oppgavens teoretiske tyngde hviler på motivasjonsbegrepet. Begrepet stammer fra det latinske ordet “*moveō*”, som betyr “å sette i bevegelse” (White, 1878, s. 389). Det finnes mange definisjoner på motivasjon, men denne oversettelsen peker mot det aspektet de aller fleste er enige om: motivasjon er noe som “beveger” atferden mot et spesifikt mål, eller en spesifikk handling (Kleinginna & Kleinginna, 1981). Et annet kjent og kjært begrep med samme terminologiske opphav er “emosjoner” (Haas & Neta, 2019). *Moveō* som felles forfader er neppe en tilfeldighet, og flere påstår til og med at det er to sider av samme sak (Valenstein, 1973; Bennett, 1977; Fernald & Fernald, 1978; Groves & Schlesinger, 1979). På grunnlag av dette er det interessant å undersøke hvordan motivasjon oppleves for bærekraftige endringsagenter gjennom et emosjonsteoretisk perspektiv. For å skape et stødig fundament for senere analyse og diskusjon, vil det presenteres foreliggende teori, for å danne et teoretisk rammeverk for resten av oppgaven. Innledningsvis vil sentrale begreper avklares.

#### ***Begrepsavklaringer***

##### **Bærekraft**

I 1987 presenterte Gro Harlem Brundtland begrepet “bærekraftig utvikling”, som populariserte og puttet bærekraft på dagsordenen (Pisani, 2006; Owens, 2003; Barkemeyer, 2011). I sluttrapporten av Brundtland kommisjonen definerer hun begrepet slik:

“Development that meets the needs of the present generations without compromising the ability of the future generations to meet their own needs” (WCED, 1987, p. 43). Dette har satt standarden for bærekraftbegrepet (Alam et al., 2011), og er den mest brukte definisjonen knyttet til norsk organisasjonsliv og politikk. Derfor passer den godt til denne oppgaven, som handler om bærekraft i bedriftsvirksomhet.

##### **Bærekraftig mat**

Ut ifra definisjonen av bærekraft presentert ovenfor, må bærekraftig mat dekke dagens befolkning sitt behov for mat, uten å forhindre at neste generasjon får dekt de samme



behovene. Ved å referere til Brundtlands tre dimensjoner innebærer dette alt fra rettferdig fordeling av matforsyninger (sosial), fordeling av produksjonskostnader og produksjonsmuligheter (økonomisk), til overholdelse av biofysiske grenser for landbruk (miljø) (Brklacich, 1991; WCED, 1987). Dette prosjektet vil være miljøsentrert, med fokus på bærekraftig kjøttproduksjon, økologisk mat og kortreist mat.

### **Bærekraftige endringsagenter**

Begrepet «endringsagenter» ble trolig først introdusert av Lippit, Watson og Westley allerede i 1958 (Ottaway, 1983). Siden har det kommet en rekke definisjoner, hvor jeg velger å fremheve denne: individer hvor deres primære rolle er å bevisst gripe inn i sosiale systemer, for å fasilitere eller få til en sosial endring (Tichy, 1975). Dette er en bred definisjon, noe som er passende for prosjektets brede og åpne problemstilling. Basert på denne definisjonen vil en bærekraftig endringsagent, i dette prosjektet, være: “et individ som bevisst griper inn i sosiale systemer for å fasilitere eller få til en sosial endring knyttet til å gjennomføre bærekraftige endringer”.

### ***Emosjonsbegrepet***

Emosjoner er noe de aller fleste har et forhold til, og noe de aller fleste har en formening om hva er. Likevel er det lite konsensus rundt hva som er en tilfredsstillende definisjon (Gendron, 2010). Fehr og Russell beskrev utfordringen slik: «Everyone knows what emotion is, until asked to give a definition. Then, it seems, no one knows» (1984, s. 464). Den største debatten rundt begrepet kan sies å handle om årsaken til emosjonelle opplevelser (Moors, 2009). For å illustrere og eksemplifisere divergensen, vil jeg referere til en sentral debatt som omhandler forholdet mellom kognisjon og emosjoner (Lazarus, 1984; Kleinginna & Kleinginna, 1985).

Psykologene Richard S. Lazarus og Robert B. Zajonc var på 80-tallet svært aktive i diskusjonen rundt kognisjonens rolle, med svært motstridende oppfatninger (Kleinginna & Kleinginna, 1985; Ellis, 1985; Lazarus, 1984; Zajonc, 1984). Uenigheten omhandlet hovedsakelig hvorvidt kognisjoner kommer i forkant eller etterkant av emosjoner, hvorpå Lazarus mente den oppsto i forkant (Lazarus & Smith, 1990; Lazarus, 1991b), og Zajonc i etterkant (Zajonc, 1980; Zajonc, 1984). Lazarus definerer kognisjon som et bredt konsept, hvor bevisste tanker og vurderinger og ubevisste, primitive persepsjonsprosesser, er inkludert (Lazarus, 1984). Samtidig presenterer han et snevert emosjonsbegrep, hvor han avviser tradisjonelle oppfatninger med argumenter som viser til likheten mellom enkelte emosjonelle reaksjoner og reflekser (Lazarus & Smith, 1990). Zajonc stiller seg i motsatt hjørne, og mener kognisjon krever «mentalt arbeid»; en form for transformasjon av sensasjoner (Zajonc, 1984,

s. 118). Hans definisjon av emosjoner er derimot svært omfattende, og inkluderer både fysisk og atferdsmessig opphisselse (Zajonc, 1884).

Det er nå blitt presentert to motstridende teorier, for å understreke kompleksiteten og nødvendigheten av å definere hvilken teori som ligger til grunn for denne studien. For denne oppgaven vil Lazarus' teori om emosjoner benyttes som teoretisk rammeverk. Teorien beskriver en direkte sammenheng, og gjensidig påvirkning mellom emosjoner og motivasjon (Lazarus & Smith, 1990; Lazarus, 1991a; Lazarus, 1991b). Dette gjør den passende for min problemstilling hvor målet er å utforske endringsagentenes opplevelse av motivasjon i lys av emosjoner. Videre vil det redegjøres for Lazarus' kognitive-relasjon-motivasjons teori, for deretter å argumentere for teoriens relevans ovenfor problemstillingen.

### ***En kognitiv-relasjon-motivasjons teori***

Lazarus var en amerikansk psykolog, som ble kjent for sin kognitive teori om emosjoner på 60-tallet. Teoriens prinsipper har vært toneangivende, og er fortsatt mye brukt i dag. Hovedfokuset ligger i at emosjoner inneholder et motivasjonsaspekt, et relasjonsaspekt og et kognitivt aspekt (Lazarus, 1991b; Ellsworth et al., 2013), som vil utdypes senere. På bakgrunn av mange komponenter er Lazarus' teori svært kompleks, og derfor vil de mest relevante prinsippene vektlegges.

Lazarus' teori er det som kalles en kognitiv vurderings teori (eng. appraisal theory), som i all hovedsak kategoriserer emosjoner som et produkt av kognitive vurderinger av omgivelsene, og dets betydning for eget velvære (Ellsworth et al., 2013; Lazarus, 1991b). I motsetning til Zajonc, mener Lazarus at kognisjon er en forutsetning for å ha en emosjonell opplevelse (Lazarus & Smith, 1990; Lazarus, 1991a; Lazarus 1991b). Han argumenterer for at den emosjonelle og fysiologiske responsen skjer samtidig i etterkant av vurderingen (Lazarus & Smith, 1990).

For å få innsikt i Lazarus' teori, er det viktig å forstå hans oppfatning av forholdet mellom emosjoner, reflekser og fysiologisk drivkraft. Den største forskjellen er kategoriseringen av reflekser og fysiologisk drivkraft som stimulusspesifikke (Lazarus & Smith, 1990). Emosjoner er fleksible og ikke knyttet til spesifikke signaler (Lazarus & Smith, 1990). Han begrunner det med at mennesket ikke har kapasitet til å utvikle ubegrensede emosjoner for alle signaler i enhver kontekst, og på grunnlag av dette må emosjoner være basert på kognitive vurderinger (Lazarus & Smith, 1990; Lazarus, 1991a; Lazarus, 1991b).

At emosjoner ikke er stimulusspesifikke viser til en av Lazarus' viktigste antakelser: emosjoner er basert på et samspill mellom individ og miljø (Lazarus & Smith, 1990; Lazarus, 1991b). Ting en opplever i sin nærhet vil ha direkte påvirkning på hvilken emosjon som

oppleves (Lazarus & Smith, 1990). Individets personlighet, mål, holdninger og kunnskap vil alltid være i samspill med omgivelsene (Lazarus & Smith, 1990). Dette er det relasjonelle aspektet ved hans emosjonsteori; emosjoner er en respons på oppfatningen av kostnad eller nytte i dette samspillet, som igjen motiverer til bestemte mestringsstrategier (Lazarus & Smith, 1990). Dette gjør teorien svært interessant i forbindelse med problemstillingen, da det er den individuelle opplevelsen av motivasjon knyttet til bærekraftig arbeid som undersøkes. Endringsagentene har trolig forskjellige personligheter, erfaringer, kunnskaper og miljø. Derfor vil det være spennende å undersøke eventuelle forskjeller og likheter ved deres opplevelse av motivasjon i lys av relasjonsaspektet i Lazarus' teori.

De kognitive vurderingene som skjer i forkant av en emosjonell opplevelse skjer gjennom to prosesser; primære- og sekundære vurderinger (Lazarus & Smith, 1990). De primære vurderingene er basert på en evaluering av om situasjonen er av relevans for personlig velvære. De sekundære vurderingene er basert på en evaluering av egne ressurser (Lazarus & Smith, 1990). Dersom individet er i en situasjon som oppleves truende, og har en oppfatning av å ikke ha de ressursene som trengs, vil det oppleves som stressende. Dette vil motivere individet til å benytte seg av mestringsstrategier. De to mest sentrale mestringsstrategiene er problemfokuset håndtering, og emosjonsfokuset håndtering. Ved en problemfokuset mestringsstrategi forsøker individet å endre situasjonen ved å fjerne kilden til stress (Lazarus & Smith, 1990). Ved en emosjonsfokuset mestringsstrategi har en derimot en oppfatning av at situasjonen ikke kan endres, og motiveres til å distrahere seg med noe for å unngå de ubehagelige emosjonene (Lazarus & Smith, 1990). Dette aspektet kan være interessant for studiens problemstilling, i forbindelse med å undersøke opplevelsen av eventuelle barrierer for motivasjon, og om det er noen forskjeller i hvilke mestringsstrategier endringsagentene benytter.

Lazarus påstår at en forståelse av menneskelige emosjoner ikke vil være umulig uten referanse til et motivasjonsprinsipp (Lazarus & Smith, 1990; Lazarus, 1991a). Motivasjon går to veier. (1) Hvilken emosjon som oppleves vil være avhengig av eget motivasjonsmønster for hva som vurderes å være av personlig relevans. (2) Samtidig vil det emosjonelle produktet motivere individet til spesifikk atferd (Lazarus & Smith, 1990; Lazarus, 1991b). Dette reflekterer en annen viktig antakelse: hvert emosjonelle produkt kan identifiseres gjennom individets forhold til en bestemt type skade eller fordel i bestemte situasjoner (Lazarus & Smith, 1990). Denne delen av teorien bygger på evolusjonære prinsipper, ved å vise til emosjoner som adaptive funksjoner (Lazarus & Smith, 1990). Alle emosjoner har en bestemt funksjon, og er et resultat av bestemte vurderinger av en situasjon (Lazarus & Smith, 1990;

Lazarus, 1991a; Lazarus, 1991b). Tabell 1 er hentet fra Lazarus og Smiths kapittel i boken «*Handbook of Personality: Theory and research*»; «*Emotion and adaption*» (1990), og illustrerer adaptive funksjoner, grunnleggende relasjonelle tema og viktige komponenter i vurderingen av situasjoner ved fem eksemplifiserende emosjoner.

**Tabell 1**

*Functional Analysis of Some Illustrative Emotions*

Emotion	Proposed adaptive function	Core relational theme	Important appraisal components
Anger	Remove source of harm from environment and undo harm	Other-blame	1. Motivationally relevant 2. Motivationally incongruent 3. Other-accountability
Guilt	Make reparation for harm to others / motivate socially responsible behavior	Self-blame	1. Motivationally relevant 2. Motivationally incongruent 3. Self-accountability
Anxiety	Avoid potential harm	Ambiguous danger / threat	1. Motivationally relevant 2. Motivationally incongruent 3. Low/uncertain (emotion focused) coping potential
Sadness	Get help and support in the face of harm / disengage from a lost commitment	Irrevocable loss	1. Motivationally relevant 2. Motivationally incongruent 3. Low (problem-focused) coping potential 4. Low future expectancy
Hope	Sustain commitment and coping	Possibility of amelioration / success	1. Motivationally relevant 2. Motivationally incongruent 3. High future expectancy

*Notat.* Gjengitt fra «*Emotion and adaption*» (s. 619) av R. S. Lazarus, C. A. Smith, 1990, Guilford Press.

Denne delen er nok den som i størst grad gjør teorien relevant for problemstillingen. Den viser først og fremst til en gjensidig sammenheng mellom emosjoner og motivasjon, som er hovedtema i studien. I tillegg illustrerer den hvilke motivasjonsfaktorer som ligger til grunn for de forskjellige emosjonene. Disse årsakssammenhengene kan være en interessant innfallsvinkel i undersøkelsen av endringsagentenes motivasjon til bærekraftige omstillinger. Deler endringsagentene noen emosjonelle opplevelser i forbindelse med arbeidet sitt? Er det

noen likheter eller ulikheter ved motivasjonsmønstre? Ifølge Lazarus teori vil motivasjonsmønstre være forskjellige, basert på tidligere opplevelser. Kan de like, eller ulike oppfatningene av motivasjon eventuelt sees i lys av disse elementene? Dette er spennende spørsmål teorien kan belyse.

### ***Teoriens styrker og svakheter***

Den kognitive teorien har møtt på flere kritikker, blant annet at det er vanskelig å teste årsakssammenhengene empirisk. Det kan argumenteres for at den er passende for et kvalitativt prosjekt, da hensikten er å beskrive individuelle opplevelser i lys av emosjonsteori – ikke å finne årsakssammenhenger. Den største kritikken er nok likevel at kognitive vurderinger ikke er nødvendige i forkant av emosjonelle opplevelser (Reisenzein, 2020). Flere teoretikere hevder at enkelte emosjonelle opplevelser er intuitive, og ikke krever kognitive vurderinger (Reisenzein, 2020). Dette er begrunnet i empiriske funn, blant annet gjennom forskning på mennesker med fobier (Reisenzein, 2020). Dette aspektet ved emosjoner er Zajonc i stand til å forklare ved hjelp av sin emosjonsteori, da han argumenterer for at kognisjoner kommer i andre rekke i en emosjonell opplevelse (Zajonc, 1980; Zajonc, 1984).

Til tross for enkelte svakheter, har teorien flere fordeler. Først og fremst integrerer den flere teoretiske retninger: evolusjonær teori, somatisk teori, kognitiv teori og atferdsteori. Dette gjør den til en bro mellom flere fagfelt, og danner en integrativ teori. Desto mer en teori kan forklare på tvers av teoretiske og empiriske tradisjoner, desto sterkere vil den fremstå.

Lazarus påstår at et viktig aspekt ved en solid teori om emosjoner er at den må være i stand til å beskrive følelsesprosessen, og årsak-virkningssammenhenger i den (Lazarus, 1991a). Gjennom sin teori beskriver han hvordan det er mulig å predikere en emosjon på grunnlag av bestemte vurderinger basert på kostnader eller nytte (Lazarus & Smith, 1990; Lazarus, 1991b). Dette presenterer en årsak-virkningssammenheng, da den beskriver følelsesprosessen gjennom identifisering av universelle, emosjonelle reaksjoner knyttet til spesifikke vurderinger.

Den kognitive-motivasjon-relasjons teorien gir en forklaring på universelle og individuelle emosjonelle opplevelser. Teorien viser til det universelle ved å beskrive hvordan spesifikke emosjoner alltid fremtrer som følge av spesifikke og grunnleggende vurderinger av kostnader og nytte, som er likt for alle individer (se Tabell 1) (Lazarus & Smith, 1990). Samtidig viser den til variasjoner i emosjonell opplevelse hos individer som har blitt utsatt for de samme hendelsene gjennom individuelle motivasjonsmønstre angående hva som er av personlig betydning (Lazarus & Smith, 1990; Lazarus, 1991a).

Kort oppsummert kan det argumenteres for at dette er en solid teori, som vil danne et stødig rammeverk for studien. Det faktum at den dekker universelle og individuelle aspekter ved emosjoner, og integrerer flere teoretiske retninger, gjør den på mange måter sterkere enn andre konkurrerende emosjonsteorier. At den viser til sammenhenger mellom kontekst, motivasjon og emosjoner gjør den passende for problemstillingen, da den teoretiske tyngden hviler på motivasjon.

### **Metode**

Det var forutbestemt at det skulle benyttes kvalitative datainnsamlingsmetoder, og tematisk analyse for denne studien. Kvalitative metoder er en samlebetegnelse for forskjellige forskningsprosedyrer som søker å utvikle og etablere en forståelse av menneskets atferd, interaksjoner og sosiale kontekster (Davidson et al., 2002; Silverman, 2020). Metoden bærer et sosialkonstruktivistisk preg, hvor en antar at sosial virkelighet er konstruert, og at mennesket konstruerer denne virkeligheten gjennom språk (Amineh & Asl, 2015). Ved å innta et slikt metodologisk ståsted, forutsettes det at ervervelse skjer gjennom interaksjon mellom mennesker (Amineh & Asl, 2015). På grunnlag av dette kan mye tyde på at et kvalitativt design med intervju som datainnsamlingsmetode er passende for studien, da formålet er å gå i dybden for å undersøke hvordan endringsagenter opplever motivasjon for å arbeide med bærekraftig mat.

### ***Utvalg***

Utvalget i denne studien er lite, hvor det har blitt utført intervju med to informanter. Utvalgsprosedyren var et trinnvis utvalg, hvor det innledningsvis ble benyttet et hensiktsmessig utvalg. En slik utvalgsmetode ble naturlig, da problemstillingen er rettet mot en avgrenset gruppe; hotellbransjen. Deretter fortsatte utvelgelsen gjennom snøballmetoden, hvor informant B ble kontaktet gjennom henvisninger fra informant A. Det ble sjekket for svanemerking og miljøfyrtårn.

Informantene er hotelldirektører, og begge er i 50 årene. Dog er det en mann, og en kvinne. De arbeider ved små hoteller, som er et bevisst valg. Grunnen til dette er at det vil være mer ressurskrevende for mindre hoteller å føre bærekraftige omstillinger, enn i de store hotellkjedene, da de nødvendigvis ikke har like god og stabil økonomi. Dette kan indikere en mer genuin motivasjon for bærekraft, noe som er av personlig interesse. Begge hotelldirektørene har vært de mest sentrale endringsagentene for de bærekraftige omstillingene i sine bedrifter.

### ***Etiske retningslinjer***

I forkant av studien ble datainnsamlingsmetoden og håndtering av dataene godkjent av Norsk senter for forskningsdata (NSD). Informantene fikk tilsendt en samtykkeerklæring på mail, med utfyllende informasjon om tema, formål med studien, personvern og rettigheter (se **Appendiks A**). Dette inkluderte blant annet informasjon om opptak av intervju, retten til å trekke seg fra studien, anonymitet og konfidensialitet. Samtykkeerklæringen ble underskrevet av begge parter før intervju. Dataene ble anonymiserte under transkripsjonen, hvor all identifiserende informasjon ble fjernet. Opptakene ble slettet i etterkant av analysen. Anonymiteten ble bevart gjennom betegnelser av informantene som I(a) og I(b).

### ***Prosedyre***

For dette studiet er data samlet inn gjennom semistrukturert intervju, basert på en intervjuguide vi fikk tildelt. Et semistrukturert intervju er en passende datainnsamlingsmetode for problemstillingen, da den åpner opp for dype beskrivelser (Fylan, 2005, s. 67). I tillegg bidrar strukturen til å holde en rød tråd slik at respondenten blir trukket tilbake til tematikken, og at intervjuet ikke blir for flytende.

Intervjuguiden besto av seks deler med 16 spørsmål. Del en handlet om informantens bakgrunn, inklusiv alder, oppvekst, utdanning og interesser. De tre neste delene omfattet spørsmål knyttet til bærekrafts prinsippet, motivasjon, barrierer og verdikonflikter. Avslutningsvis ble de to spørsmålene forskeren selv hadde utformet stilt, og et par spørsmål om avsluttende tanker og refleksjoner (se **Appendiks B**).

Deltakerne ble kontaktet via telefonsamtale, for deretter å sende en oppfølgende e-mail med informasjon om studien. I oppfølgingsmailen ble tema «bærekraft og mat i hotellbransjen» presentert (se **Appendiks C**). Dette i hensikt å sikre at de aktuelle informantene var innforstått med tematikken.

Første intervju ble utført fysisk, på hotellet. Det andre intervjuet ble utført over “Zoom Cloud Meetings”. Alle spørsmål i intervjuguiden ble stilt, og enkelte oppfølgings spørsmål der jeg det var interessant å gå i dybden. Første intervju varte i en time og ni minutter, andre intervju varte i 50 minutter.

### ***Analyseprosessen***

Det ble stilt krav om å ta opptak av intervjuet, transkribere det, for deretter å analysere dataene ved hjelp av tematisk analyse. Transkripsjonen ble utført de to første dagene i etterkant, da det er enklere å utføre en transkripsjon av høy kvalitet når informasjonen er fersk. I analyseprosessen ble det benyttet verbatim transkribering; en transkriberingsmetode

hvor en overfører ord for ord til tekst, inkludert pauser, følelser og bruken av lyder som eksempelvis «emm» og «hm» (Davidson & Halcomb, 2006).

Tematisk analyse er en svært fleksibel metode, og kan sees å være en grunnleggende kvalitativ analyse (Braun & Clarke, 2006). Den har som målsetting å identifisere, analysere og danne mønstre i datamateriale gjennom tema som underveis vil fremtre av seg selv (Braun et al., 2015). Derfor kan det argumenteres for at dette er en svært egnet analyse for uerfarne forskere, da det er rom for frihet, men likevel innebærer enkelte retningslinjer. På grunnlag av analysens fleksibilitet, er det nødvendig å gjøre rede for analyseprosessen.

I dette prosjektet er det blitt benyttet en refleksiv tematisk analyse, basert på Braun og Clarke (2006) sine seks steg. Analysen faller innenfor det som kalles “big Q”; en fullstendig kvalitativ tilnærming, hvor mening er kontekstuell, og forskerens subjektivitet er en ressurs (Braun & Clarke, 2018). Konseptualisering av tema skjer gjennom gransking av meningsbaserte mønstre som finnes både semantisk og latent i dataene (Braun & Clarke, 2018). Analysen ble utført med en deduktiv tilnærming, hvor det ble tatt utgangspunkt i emosjon- og motivasjonsteorier under koding og tematiseringsprosessen. Det kan argumenteres for at denne tilnærmingen er passende, da målet ved denne studien er å undersøke hvordan motivasjon oppleves hos de utvalgte informantene.

Analyseprosessen begynte allerede under transkriberingen, hvor det underveis ble benyttet memoer for umiddelbare refleksjoner. Deretter ble dataene kodet ved hjelp av både semantiske og latente koder. Det ble vurdert som nødvendig å benytte latente koder, da mange av spørsmålene ikke eksplisitt var knyttet til motivasjon. Etter å ha gått gjennom og kodet transkripsjonene flere ganger, ble sitater og koder sortert i tema, og det ble dannet et kart med oversikt over potensielle tema og subtema. Disse ble gransket og revidert flere ganger. Det resulterte i fire subtema, knyttet til to overordnede tema. Jeg vil videre presentere disse funnene. Videre vil resultatene presenteres.

## **Resultat**

Denne studien søker å utforske hvordan bærekraftige endringsagenter opplever motivasjon, og eventuelle barrierer til å føre bærekraftige omstillinger i allerede veletablerte bedrifter, med fokus på hotellbransjens restaurantvirksomhet. Resultatene er basert på forskerens subjektive tolkning av informantenes beskrivelser av erfaringer, opplevelser og følelser. Underveis i analysen var det flere tema som dukket opp, hvor det var to spesielt fremtredende. To viktige aspekter kan se ut til å være en følelse av moralsk plikt ovenfor bransjen og resten av samfunnet, og at bærekraft føles godt å jobbe med. Funnene vil



presenteres i form av tema, og underbygges ved å forankre dem i datamaterialet. Først vil det legges frem hovedtema, for deretter å beskrive undertema. Informantene vil bli referert til som “informant A” og “informant B”, for å bevare deres anonymitet.

### ***Bærekraft føles godt***

Et svært sentralt tema, som ble beskrevet både eksplisitt og implisitt, var hvordan det følte godt å arbeide med bærekraft. Dette kom tydelig frem gjennom informantenes opplevde påvirkningskraft og opplevelse av et meningsfylt arbeid.

#### **Opplevd påvirkningskraft**

Det kom tydelig frem at informantene hadde en opplevelse av reell påvirkningskraft ovenfor gjester, ansatte og store matprodusenter og distributører. Både informant A og B uttrykte glede over å kunne motivere gjester til å spise bærekraftig mat. Informant A beskrev hvordan hun forsøkte å påvirke gjestene til å forsyne seg med mindre mat, gjennom bevisstgjørelse av antall kilo matsvinn per dag.

I(a): *«Så vi veier jo, eeh..(..), matavfallet hver dag, eeh..(..), og setter det opp på tavler, og viser gjester og på en måte, sånn at de også kanskje kan få et forhold til det da. Og, og dette er jo en veldig bevisst strategi da, for da føler man jo at man gjør noe bra når man forsyner seg mindre. Og bærekraft skal jo føles godt!».*

Informant B beskrev på sin side hvordan han forsøkte å påvirke de ansatte til å få en genuin interesse for bærekraftig mat gjennom spennende og kreative aktiviteter.

I(b): *“Så, så det er klart, og kokkene våre og også de ansatte får jo også beskjed om at “nå skal vi ut i skogen å hente sopp, bær og urter”, eller de sier det sjøl da, så går vi ut i skogen og henter, eller går ut i hagen og henter. Så det er klart det påvirker!”*

Begge informantene hadde et klart bilde av hvordan de selv oppfattet sin påvirkningskraft ovenfor resten av samfunnet. Informant B presenterte et prosjekt han hadde satt i gang på sin arbeidsplass, knyttet til bærekraft kjøtt.

I(b): *«Og det er jo et sånt bærekraftforetak, ikke sant. Hvor vi da prøver å samle, da var vi folk fra forskjellige miljøer, fra forskningsmiljøet og pølsemakere og litt av hvert. Hele idéen er liksom å få eeh (..) og brukt hele kjøttet ... Idéen her er liksom å ta dette så langt at det kommer ut i markedet, sånn at sau blir en del av det vi selger i butikkene og ikke bare, og hvert fall i hotell og restaurantmarkedet.»*

Her beskriver informanten hvordan han ønsker å sette i gang et foretak som kan påvirke både butikker og restaurantmarkedet, og ikke bare egen restaurantdrift. Da informantene ble spurt om å beskrive en arbeidssituasjon de opplevde som krevende, nevnte

de hvordan følelsen av å ikke ha påvirkningskraft oppleves som en barriere for motivasjon ved sitt arbeid. Et eksempel kan være dette sitatet fra informant A:

I(a): *“Ja, nei det, emm..(..), altså krevende og ubehagelig, det er krevende og ubehagelig hvis du har, hvis du prøver å få til ting da, sånn som for min del med mindre matsvinn da, eeh..(..), og merker at folk bare driter i det du sier, eller er ikke genuint engasjert.”*

Begge informantene uttrykte stor entusiasme og tiltro til egen påvirkningskraft knyttet til bærekraftig mat. De opplevde å ha stor innflytelse på et individuelt og samfunnsmessig nivå, gjennom å arrangere spennende aktiviteter for ansatte, bevisstgjøre hotellgjester rundt matsvinn og ved igangsettelse av bærekraftige prosjekter i samarbeid med eksterne aktører.

### **Opplevelsen av meningsfylt arbeid**

Et annet viktig aspekt ved deres motivasjon kan se ut til å være opplevelsen av et meningsfylt arbeid. Begge informantene beskrev hvordan de opplevde arbeidet sitt som givende fra flere perspektiver. Det ble stilt spørsmål om hvordan informantene opplevde å jobbe med bærekraftig mat, hvorav informant A svarte at det føltes som å være på et «oppdrag»:

I(a): *«Nei jeg tror jo det oppleves av alle som mere, eeh..(..), meningsfylt og at man har på en måte en «mission.»*

Videre beskrev informanten hvordan det føles meningsfullt å servere mat som er bra for gjestene, og at hun i tillegg syntes det er morsomt og givende å kunne formidle en historie om hvor maten kommer fra.

I(a): *«... alle ser jo at det både er bra for folk, at for eksempel hos oss da, at de får i seg mere, mere grønnsaker, at vi liksom lager det torget med salater og sånn ... og jeg syntes det er kjempegøy og givende å kunne si at det kommer fra den gården rett på andre siden.»*

Informant B fortalte også at han opplevde det som meningsfullt å drive med bærekraft.

I(b): *«Ja, akkurat nå i det siste har det vært det med bærekraft. Det er jo det, det går i nå. Så det gir jo en sånn giv faktisk, det er morsomt og føles veldig meningsfullt å drive med.»*

I tillegg til å beskrive selve arbeidet med bærekraft som meningsfylt, la informant B vekt på hvordan det føles meningsfullt å ha en opplevelse av påvirkningskraft ovenfor de ansattes holdninger knyttet til bærekraftig mat. Dette vises blant annet i dette sitatet:

I(b): *«Ja, eeh..(..), mm, og det er helt morsomt å se noen ganger og nå også, så liksom, så kommer de faktisk, så kommer de faktisk til meg og liksom og bare forteller da for*

*eksempel da hvis de har en sånn gruppe da, som kaster masse mat, så er de helt sånn fortvilet, ikke sant? «Hva skal vi gjøre?» Ha-ha!».*

Informanten uttrykker glede over å se de ansattes genuine interesse og verdier knyttet til bærekraft, gjennom deres fortvilelse knyttet til matsvinn. Det kan virke som informantene motiveres av opplevelsen av et meningsfylt arbeid. Begge informantene beskrev eksplisitt hvordan arbeidet med bærekraft opplevdes som meningsfylt. I tillegg ble det vektlagt at det føltes givende å servere mat som er bra for gjestene, og å kunne fortelle en historie rundt matens opphav. Å observere egen påvirkningskraft ovenfor de ansattes genuine interesse for bærekraft bidro også til opplevelsen av et meningsfylt arbeid.

### ***Grunnleggende verdisystemer knyttet til bærekraft***

Et annet tema som ser ut til å gå igjen angående informantenes motivasjon er grunnleggende verdisystemer knyttet til bærekraft. Verdiene reflekteres i informantenes konflikter mellom verdiene og andre interesser, og opplevelsen av plikt knyttet til å opptre som et godt forbilde.

#### **Interessekonflikt**

Det grunnleggende verdisystemet kommer frem hos begge informanter gjennom uoverensstemmelser mellom verdier og andre interesser, og hvordan dette oppleves som ubehagelig og som en barriere for motivasjon. Dog er det noe divergerende hvilke interesser som truer verdiene. Det ble stilt spørsmål om informantene opplevde sider ved jobben som gikk imot deres verdier, hvorav informant A beskrev et opplevd press mellom økologisk mat og økonomisk bærekraft.

*I(a): «... også er det jo utfordrende når det kommer krav, for eksempel da til, syntes jeg da, økologi for eksempel, altså at ting skal være økologisk, og så, så er ikke det økonomisk bærekraftig da ... Du skal jo liksom, må være bedre enn røkla, for at du skal klare å holde en fornuftig strøm med gjester, ikke sant? For du er jo avhengig av det, og for å ha en bemanning og for å ha, ja, så, så det, det er jo en tøff konkurranse ... Jeg har enda ikke merket noe, at gjestene er interessert i å betale noe ekstra for det, at vi er det, eller at vi jobber med bærekraft.».*

Her blir det beskrevet hvordan det oppleves utfordrende å være i konkurranse med andre hoteller, som krever konkurransedyktige priser, og fortsatt kunne etterleve bærekraftige verdier. I motsetning til den opplevde konflikten mellom økonomisk og miljømessig bærekraft hos informant A, deler informant B ikke den samme opplevelsen. På samme spørsmål svarer informant B følgende:

*I(b): «Nei. Jeg har jo egne, jeg definerer mine egne oppgaver, det er jo mitt hotell.».*

Ved et oppfølgingsspørsmål om han opplevde noen barrierer knyttet til økonomi og bærekraftig drift avviser han dette:

I(b): *«Nei. Det er bare å sette opp prisen. Markedet presser på overalt, men jeg tror betalingsvilligheten er der.»*

Dette står i motsetning til opplevelsen hos informant A. Istedenfor viser informant B til en opplevd konflikt mellom å tilfredsstillte gjestene, og samtidig handle bærekraftig.

I(b): *«Før så spiste alle alt, og nordmenn, eldre nordmenn gjør jo det enda. eeh (..), men det er klart hvis du får en amerikaner som, som er religiøst opptatt av konseptet «rå», rå det er at du bare skal spise ting som er rått da. Så har du kanskje en australier som skal ha «root», det er bare rotgrønnsaker. Så har du en veganer, og en som skal ha fisk, men ikke kjøtt. Ikke sant, hvis det blir mye av det der da, så kan det være litt krevende. Det er ikke alltid at alt alle ønsker i matveien er bærekraftig, eeh..(..), og spesielt ikke når alle vil ha ulik mat.»*

Her beskriver informant B hvordan det føles krevende å tilfredsstillte alle dietter, og fortsatt opprettholde bærekraftig drift av restauranten. Konflikt mellom bærekraftig drift og å oppfylle gjestenes krav kan se ut til å være felles for begge informantene.

Det kan se ut som interessekonflikter er et viktig aspekt ved informantenes motivasjon, da begge opplever konflikter mellom bærekraftige verdier og andre interesser. Dog er det noe ulikhet i hvilke interesser som står i opposisjon til egne verdier.

### **Oppdragerrolle**

Begge informantene uttrykte en opplevelse av plikt ovenfor å innta en oppdragerrolle. Dette vises blant annet i dette sitatet fra informant A:

I(a): *«Mm, for vi har jo en sånn oppdragerrolle og føler jeg, i forhold til, i og med at vi har en liksom 55 000 gjester vanligvis i året her da, så det å for eksempel å presentere en sånt torg da, med salater, eeh..(..), deilig forskjellige linser og bønner og masse forskjellige gode ting da, som du har lyst på. Det tenker jeg er jo med å kanskje, så frøet hos folk, altså det å lage mere grønt da, hjemme. Så vi har jo absolutt en sånn, vi kan påvirke.»*

Her beskriver informant A hvordan hun opplever ansvar overfor å påvirke den store strømmen gjester til å spise bærekraftig gjennom maten som serveres på hotellet. Videre beskrev hun hvordan hun opplever at egen påvirkningskraft plikter henne til å innta en oppdragerrolle ovenfor de store produsentene som «Bama» og «Nortura».

I(a): *«Jeg tror vi har en slags sånn oppdragerrolle, eeh..(..), og kan påvirke ganske mye, men ee(..), også tar vi jo og ut en del, tar jo en del volum da, for eksempel fra Bama og,*

*og Nortura og sånne ting, så i den grad vi da klarer å snu forbruket vårt, så er jo det med å bidra.»*

Informant B beskrev, i likhet med informant A, også en opplevelse av slike forpliktelser overfor resten av bransjen.

I(b): *«Og, og, og utfordringene nå ligger i at hvis ikke vi gjør det, hvis ikke vi rydder opp i egne rekker for å passe på at, det blir litt som en sånn bjelke er aldri sterkere enn det svakere ledd kan en si, så vi må alle være gode, og hvis ikke vi har noen pressmidler på de som er dårlige, så, så får vi ikke gjort noe med det.»*

Her beskrives det hvordan han føler en plikt ovenfor å oppdra andre hoteller gjennom å «rydde opp i egne rekker», slik at de fremstår som gode forbilder og legge press på hotellene som er mindre gode på bærekraft.

Begge informantene opplever en form for plikt ovenfor å innta en oppdragerrolle ovenfor gjestene ved hotellet, store produsenter og andre bedrifter i samme bransje.

## **Diskusjon**

Denne studien ble designet for å utforske to endringsagenter, inkludert hvordan de opplever motivasjon til å føre bærekraftige omstillinger i sin restaurantdrift, til tross for svært ressurskrevende arbeid (Fazio et al., 2009). To sentrale funn kom frem som resultat av en tematisk analyse. Funnene viste at et viktig aspekt ved endringsagentenes opplevelse av motivasjon var at det føles godt og meningsfullt å arbeide med bærekraft. Samtidig kan det se ut til at de drives av en opplevelse av plikt, basert på dypt forankrede verdier knyttet til bærekraft. Barrierer for motivasjon oppleves som et resultat av konflikter mellom disse verdiene. Videre vil disse funnene diskuteres i lys av foreliggende teori, og annen empiri. Da det finnes lite empiri på dette området vil diskusjonen inneholde noe mer generell empiri, som kan bidra med å belyse resultatene.

### ***Bærekraft føles godt***

Som nevnt innledningsvis er det svært ressurskrevende å drive bærekraftig virksomhet, da det er dyrere, krever innovative løsninger og forutsetter at endringsagentene til enhver tid er oppdatert på et kunnskapsområde som er i stadig endring (Fazio et al., 2009; Jaramillo et.al., 2018). Derfor er et svært interessant funn hvordan endringsagentene opplever at arbeidet med bærekraft føles godt. Et flertall studier har vist hvordan bærekraftige handlinger, som konsumering av miljømerkede varer, grønne matvarer og valg av miljøvennlig transport, kan bidra til personlig velvære (Johansson et al., 2019; Bouman et al., 2020). På sin side viste Foster og kolleger (2020) at folk flest følte seg bra når de bevisst

spiste bærekraftig mat. Da informantene i dette prosjektet tok miljøvennlige valg i form av innkjøp av bærekraftig mat og kortreiste produkter ved sin arbeidsplass og rapporterte hvordan det følte godt og meningsfullt, kan det trekkes paralleller mellom disse studiene og dette studiet. Slike funn, sett i sammenheng med egne resultater, kan indikere at de positive følelsene som utløses som følge av bærekraftige handlinger er et viktig aspekt ved endringsagentenes motivasjon.

### **Opplevelsen av meningsfylt arbeid**

En mulig innfallsvinkel for å forstå endringsagentenes opplevelse av behagelige følelser, kan være ved å referere til deres beskrivelser av et meningsfylt arbeid. I samsvar med dette funnet, fant Bolderdijk og kolleger (2016) i sin studie at folk flest føler seg bedre dersom de engasjerer seg i miljøvennlig atferd, og at dette er forankret i en følelse av atferden som meningsfull. I en senere studie fant de at flesteparten assosierer bærekraft med positive emosjoner (Bolderdijk et al., 2020). Gjennom to studier beskriver de hvordan positive emosjoner er et produkt basert på opplevelsen av bærekraftige handlinger som meningsfylt, og når individet vurderer disse handlingene som et viktig personlig mål (Bolderdijk et al., 2020).

Disse funnene kan tolkes i lys av emosjonsteorien utledet tidligere. Ifølge Lazarus' teori vil en emosjonell opplevelse oppstå dersom bærekraftig arbeid oppleves å være av personlig relevans (Lazarus, 1991a; Lazarus, 1991b). Fra dette perspektivet kan de positive emosjonene tolkes som et resultat av en vurdering av bærekraftig arbeid som preget av høy nytteverdi. Begge hotelldirektørene beskrev bærekraftig arbeid som viktig og meningsfylt for dem, noe som kan indikere en oppfatning av slikt arbeid som en fordel i henhold til personlig velvære; derav høy nytteverdi.

Samtidig finnes det forskning som fremlegger perspektiver med fokus på hvordan meningsfylt arbeid ikke bare handler om sider ved jobben som er spennende og givende, men hvordan mening kan oppstå som resultat av tilfeller som oppleves krevende og utfordrende (Buzzanell & Mitra, 2016). En kvalitativ studie, basert på 45 dybdeintervjuer av mennesker som engasjerer seg i bærekraftig arbeid, beskriver hvordan spenninger i arbeidssituasjonen kan bidra til å skape mening (Buzzanell & Mitra, 2016). Dette står i kontrast til denne studiens funn, hvor deltakerne beskriver egen motivasjon basert på positive opplevelser. Sett ifra et annet perspektiv, kan det være at opplevelsen av et meningsfylt arbeid øker dersom en løser utfordrende oppgaver; altså en opplevelse av mestring (Araya et al., 2021). Dette kan være en interessant tilnærming i forståelsen av hvordan endringsagentene opplever arbeidet

som særdeles meningsfylt, givende og positivt, på tross av interessekonflikter og andre utfordringer.

Basert på hotelldirektørenes opplevelser, presentert teori og en rekke studier, ser det ut til at motivasjon basert på opplevelsen av et meningsfylt arbeid kan sees i lys av hvordan det føles godt å jobbe med noe som fører til positive psykologiske utfall, men også hvordan mestring av utfordrende situasjoner kan være kilde til motivasjon.

### **Opplevd påvirkningskraft**

Et annet spennende aspekt ved hotelldirektørenes opplevelse av motivasjon til slike omstillinger, kan være deres oppfatning av egen påvirkningskraft på flere nivåer. En kan trekke linjer mellom en opplevelse av påvirkningskraft og Lazarus' problem-fokuserte mestringsstrategi. Dersom et individ opplever å ha påvirkningskraft, vil det vurdere utfordrende situasjoner som håndterbare, og ha en oppfatning av å ha de ressursene som trengs for mestring. Disse vurderingene ligger til grunn for valget av en problem-fokusert mestringsstrategi. Hotelldirektørene opplever å ha en reell mulighet til å aktivt gjøre noe for å løse de miljømessige utfordringene verden står ovenfor, og derav motiveres de til å føre konkrete omstillinger i sin restaurantvirksomhet.

Ved å referere til Tabell 1 presentert i teoridelen (Lazarus & Smith, 1990), vil dette produsere håpefullhet. Ifølge Lazarus er håpets adaptive funksjon å opprettholde engasjement og mestringsstrategier, noe som kan bidra til å forklare hvordan endringsagentene opprettholder motivasjon og engasjement til å føre de bærekraftige omstillingene. Det finnes en rekke forskning som tyder på at håp er en viktig motivasjonsfaktor. Eksempelvis fant Branscombe og kolleger (2014), gjennom fire studier, at håp kan se ut til å være viktig for motivasjon, spesielt under forsøk på sosiale endringer i en politisk kontekst. Med referanse til definisjonen av bærekraftige endringsagenter utledet tidligere (se begrepsavklaringer), kan sosiale endringer sees som en del av den bærekraftige omstillingsprosessen. I så fall kan håp være en viktig kilde til motivasjon for bærekraftige omstillinger. En annen studie viste positive sammenhenger mellom håp og motivasjon for å ta i bruk grønn teknologi ved arbeidsplassen (Bukchin & Kerret, 2019). Implementering av ny, grønn teknologi ved en arbeidsplass er en form for bærekraftig omstilling, noe som kan tyde på at håp er en sentral emosjon ved motivasjon i arbeidet med bærekraftige omstillinger.

Samtidig er det noe splid i forskningen rundt hvilke mestringsstrategier som benyttes ved opplevelser av håpefullhet. Cohen-Chen og kolleger (2019) argumenterer for at håp tilsynelatende motiverer individet til en følelsesfokusert mestringsstrategi. Med andre ord medfører håp at individet føler seg bedre, men det bidrar ikke til handling. Lazarus (1999)

beskriver, i samsvar med dette studiet, hvordan håp i mange tilfeller kun er en oppfatning av hva som kan skje i fremtiden, og ikke alltid noe som motiverer til atferd. Dette står i kontrast til denne studien, hvor begge endringsagentene aktivt jobbet for å løse klimabaserte utfordringer.

En mulig innfallsvinkel for å tolke resultatene i lys av den presenterte forskningen, kan være ved å vise til den sekundære vurderingsprosessen i Lazarus' teori. Hotelldirektørene har en oppfatning av en evne til å gjøre en forskjell, noe som ifølge teorien vil motivere til en problem-fokusert mestringsstrategi. Opplevelsen av å ha ressursene som trengs for å bidra i klimakrisen, kan komme av påvirkningskraften informantene får gjennom å drive et hotell. Eksempelvis uttrykker begge informantene evnen til å påvirke større matprodusenter gjennom den store mengden mat de bestiller årlig. Cohen-Chen og kollegers studie (2019) viser til enkeltpersoner, som ikke opplever å kunne gjøre noe med miljøkrisen. Individuelle enkeltbidrag vil ofte oppfattes som lite betydelig i den store sammenheng (Preston et al., 2017; Dion et al., 1999), og derfor vil det være naturlig å benytte en emosjons-fokusert mestringsstrategi for å regulere de ubehagelige følelsene som oppstår i møte med miljøproblematikk.

Det kan se ut som at opplevelsen av påvirkningskraft er et viktig element i den helhetlige forståelsen av endringsagentenes motivasjon under bærekraftige omstillinger i sin restaurantdrift. Den opplevde påvirkningskraften kan tolkes gjennom en vurdering av situasjonen som håndterbar, og derfor motiveres endringsagentene til å benytte en problemfokusert mestringsstrategi.

### ***Grunnleggende verdisystemer knyttet til bærekraft***

I tillegg til en beskrivelse av motivasjon basert på positive følelser gjennom opplevelsen av et meningsfylt arbeid og et håp for fremtiden, kan det se ut til at deres motivasjon er forankret i et grunnleggende verdisystem knyttet til bærekraft. Verdier defineres her som veiledende prinsipper i form av konsepter eller oppfatninger, som påvirker individets atferd, og hvordan vi evaluerer hendelser på tvers av situasjoner (Schwartz, 1992). Verdisystemer refererer til hvordan disse prinsippene er strukturert i en hierarkisk rekkefølge etter viktighet (Schwartz, 1992). Denne definisjonen blir benyttet, da de fleste studiene nevnt i denne delen av diskusjonen tar utgangspunkt i denne definisjonen.

Det er blitt gjort mye forskning rundt verdisystemer og motivasjon for å handle bærekraftig, hvor mesteparten indikerer at individer som plasserer bærekraftige og altruistiske verdier høyt i sitt verdisystem, har større sannsynlighet for å opptre miljøvennlig (Garvill & Nordlund, 2002; Lurvink et al., 2012; Thøgersen & Ölander, 2002). Dette er konsistent med



funnene i dette prosjektet, hvor begge endringsagentene reflekterte grunnleggende verdier knyttet til bærekraftig atferd gjennom en oppfatning av moralsk forpliktelse og tydelige konflikter mellom disse verdiene.

### **Interessekonflikt**

Endringsagentene beskrev flere interessekonflikter som barrierer for motivasjon. Likevel var det noe divergens i hvilke konflikter som opplevdes størst. Informant A oppfattet konflikten mellom økonomisk profitt og bærekraftig drift som den største barrieren. Slike konflikter er svært vanlige, og er i mange tilfeller den største barrieren for bærekraftige omstillinger i private bedrifter og organisasjoner (Cottey, 2018; Potter, 2003, s. 33). Informant B beskriver derimot den største barrieren som konflikt mellom å tilfredsstille gjester og samtidig handle bærekraftig, og påpeker eksplisitt at økonomiske konflikter ikke er et problem. På tross av motstridende interesser, velger direktørene å føre bærekraftige endringer ved sine hoteller. En måte å belyse den sterke motivasjonen på, kan være gjennom deres verdisystemer.

Flere studier har vist at det er fire grunnleggende verdier, som er spesielt fremtredende når det kommer til å forstå miljøatferd; hedonistiske, egoistiske, altruistiske og biosfæriske verdier (Garvill & Nordlund, 2002; Lurvink et al., 2012; Thøgersen & Ölander, 2002). Hedonistiske verdier innebærer et fokus på å forbedre egne følelser og minimere egen innsats; egoistiske verdier handler om å prioritere egne kostnader og fordeler; altruistiske verdier reflekterer en bekymring ovenfor andre menneskers velferd; og biosfæriske verdier betegner en bekymring ovenfor miljøet, uten klar kobling til andre menneskers velferd (Lurvink et al., 2012). En rekke forskning viser at det er mindre sannsynlig at folk opptre miljøvennlig når de plasserer hedonistiske eller egoistiske verdier høyt i sitt verdisystem, og at det er større sannsynlighet for slik atferd dersom altruistiske og biosfæriske verdier er viktigst (Dietz et al., 1995; Thøgersen & Ölander, 2002; Garvill & Nordlund, 2002; Lurvink et al., 2012; Jansson et al., 2011; Abrahamse et al., 2005). Med andre ord vil sterke altruistiske og biosfæriske verdier trolig legge grunnlag for motivasjon til bærekraftig handling, som bærekraftige omstillinger. Ut ifra et slikt perspektiv kan det se ut som endringsagentenes biosfæriske og altruistiske verdier står sterkt i deres verdisystem.

Med en slik innfallsvinkel kan de forskjellige oppfatningene av hva som defineres som de største barrierene ved motivasjon, være forskjeller i den hierarkiske strukturen i deres verdisystemer. Perlaviciute og Steg (2015) fant, i en kvantitativ studie, at individer med biosfæriske verdier vurderer miljøkonsekvensene av forskjellige alternative handlinger som viktigere, og at individer med egoistiske verdier finner egne kostnader og fordeler viktigere.

En slik studie kan indikere at den ene informanten (Ib) klart og tydelig setter de biosfæriske verdiene høyest, da han presiserer at “det bare er å sette opp prisen”, dersom økologiske og bærekraftige matvarer er dyrere. På en annen side kan det være at den andre informanten (Ia) opplever konflikter mellom egoistiske verdier (størst mulig økonomisk profitt), og biosfæriske verdier (føre bærekraftige omstillinger). Informant B sin opplevelse av konflikt mellom gjestenes interesser og bærekraftig drift av hotellet, kan vise til en konflikt mellom altruistiske og biosfæriske verdier. Sett fra et slikt perspektiv kan det faktum at de deler altruistiske og biosfæriske verdier ligge til grunn for en felles motivasjon til å føre bærekraftige omstillinger, men at ulik struktur på verdisystemene gjør at de opplever forskjellige barrierer.

At bærekraftige verdier kan være en viktig kilde til motivasjon hos endringsagentene kan også sees i lys av den relasjonelle komponenten i Lazarus’ teori. Verdiene kan betraktes som en del av individets personlighet, som er et viktig element i den individuelle vurderingen av situasjoner (Lazarus & Smith, 1990). De verdiene som står høyest vil veilede oppmerksomheten, og bidra til å definere hva som er viktig og hvor viktig det er (Lazarus & Smith 1990). Disse vurderingene vil igjen avgjøre individets motivasjon for en spesifikk atferd, som i dette tilfellet er bærekraftige omstillinger. Forskjellene i de opplevde konfliktene kan med andre ord komme av hotelldirektørens forskjellige erfaringer, kunnskap og personligheter.

### **Oppdragerrolle**

De grunnleggende verdisystemene kommer også frem gjennom hotelldirektørens beskrivelse av en opplevd “oppdragerrolle”. Å innta en slik rolle kan se ut til å være knyttet til en følelse av plikt basert på moral. En studie utført av Bolderdijk og kolleger (2014) viste at de fleste mennesker i mange sammenhenger er motivert til å gjøre det rette, som eksempelvis å opptre miljøvennlig, ettersom de er motivert til å se seg selv som en som handler moralsk rett. Flere studier er konsistente med dette funnet, og viser til motivasjon som forpliktelsesbasert, og at opplevelsen av slike moralske forpliktelser oppmuntrer til miljømessige preferanser og atferd (Garvill & Nordlund, 2002; Jansson et al., 2011; Jakovcevic & Steg, 2013). I så fall kan det være at hotelldirektørens opplevelse av en moralsk basert plikt kan bidra til motivasjon for bærekraftige omstillinger.

Samtidig som studier viser at motivasjon kan være knyttet til en opplevelse av plikt basert på grunnleggende verdier og moral, er det mye som tyder på at det å handle kongruent med egen moral får mennesket til å føle seg bra (Bolderdijk et al., 2014). Dette innebærer at mennesker kan ha en iboende motivasjon til å handle bærekraftig, da det utløses glede ved å

gjøre det rette (Beaton et al., 1998; Bolderdijk et al., 2014). Disse studiene kan styrke funnene i denne studien, da de refererer til motivasjon basert på grunnleggende verdier, og behagelige følelser knyttet til bærekraftig atferd, som har blitt diskutert tidligere.

I tillegg finnes det studier som argumenterer for at individer som plasserer biosfæriske verdier høyt i sitt verdisystem i større grad er klar over negative miljøkonsekvenser ved egne valg (Jansson et al., 2011; Abrahamse et al., 2005; Jakovcevic & Steg, 2013). De samme studiene viser at opplevelsen av kunnskap rundt egne miljømessige valg kan bidra til en oppfatning av påvirkningskraft for å redusere disse konsekvensene. Dette styrker igjen følelsen av moralske forpliktelser, og øker sannsynligheten for miljøvennlige handlinger. Disse studiene er konsistente med funnet som beskriver en opplevd påvirkningskraft, og hvordan denne opplevelsen bidrar til en følelse av moralske forpliktelser.

Basert på disse studiene kan det se ut til at en opplevelse av moralske forpliktelser ovenfor bærekraftig drift av restaurantvirksomheten ved hotellene kan være en viktig motivasjonsfaktor. Dette begrunnes gjennom hotelldirektørens beskrivelse av en oppdragerrolle ovenfor hotellgjester, ansatte og matprodusenter. De moralske pliktene kan sees i sammenheng med en opplevelse av reell påvirkningskraft, og hvordan det føles godt å handle i tråd med egne verdier, og sådan motivere til å føre bærekraftige omstillinger.

### **Oppsummering**

Det er viktig å utforske endringsagenters opplevelse av motivasjon for bærekraftige omstillinger, da verden er avhengig av et slikt engasjement for å løse dagens klimautfordringer. Denne studien ble utformet for å utforske to endringsagenters opplevelse av motivasjon knyttet til bærekraftige omstillinger, med fokus på hotellbransjens restaurantvirksomhet. Det fremtrer tydelige sammenhenger mellom funnene. Endringsagentene vektla hvordan bærekraftig arbeid opplevdes meningsfylt, og beskrev en opplevelse av reell påvirkningskraft som en viktig bidragsyter til motivasjon og positive emosjoner. Egen oppfatning av påvirkningskraft kan se ut til å bidra til en opplevd forpliktelse, basert på iboende verdisystemer, til å innta en oppdragerrolle. Å handle kongruent med disse forpliktelsene, utløser behagelige følelser. Det ble også beskrevet barrierer for motivasjon gjennom opplevde interessekonflikter basert på den hierarkiske strukturen av verdier.

## **Metodisk refleksjon**

### ***Validitet og kredibilitet***

Ved å innta et sosialkonstruktivistisk ståsted er forskeren innforstått med at det ikke finnes noen ontologisk virkelighet, og det er derfor ikke et mål å skape generaliserbare funn (Schwandt, 1997). Validiteten defineres derfor som hvor nøyaktig studiet representerer deltakernes realiteter av det sosiale fenomenet, og om funnene er troverdig (Schwandt, 1997).

Det faktum at forskeren har hatt en erfaren studieveileder underveis i prosessen kan ha bidratt til å øke studiens validitet og kredibilitet. Veileder har stilt utfordrende spørsmål, som har presset forskeren til å stille seg kritisk ovenfor egen prosess og egne funn. Det kan også ha økt kredibiliteten at medstudenter med kjennskap til prosjektet har gjennomgått og vurdert rapporten.

Resultatene fra den tematiske analysen ble sendt til informantene over mail, som ble oppfulgt av en telefonsamtale hvor hotelldirektørene kom med tilbakemeldinger på funnene. Dette er en verdifull teknikk, for å passe på at funnene er så tett på deltakernes realiteter som mulig, og kan ha økt validiteten betydelig.

### ***Utvalget***

Det er verdt å nevne at informant A er hotelldirektør ved forskerens tidligere arbeidsplass. Dette kan på en side skape begrensninger knyttet til intervjusituasjonens profesjonalitet og atmosfære, som kan svekke studiens validitet. Likevel ble hotellet valgt, da forskeren selv har observert de bærekraftige tiltakene som føres i bedriften, noe som styrker troverdigheten rundt deres fokus på bærekraft, og svekker sjansene for eventuell grønnvasking. Det økte også forskerens tillit til hotelldirektørens vurdering av informant B som en passende kandidat til prosjektet.

Å benytte seg av hotelldirektører som informanter i en studie som omhandler en begrenset del av deres virksomhet skapte utfordringer. Informantene hadde et stort ønske om å fortelle om andre bærekraftige tiltak de førte i sin bedrift, som ikke var knyttet til sin restaurantvirksomhet. Det kunne vært lurt å benytte seg av en restaurantsjef, eller hovmester som i hovedsak arbeider med mat. Likevel er hotelldirektørene de største pågangsdriverne for de bærekraftige omstillingene, og derav gode kilder for problemstillingen.

### ***Datainnsamling***

Det skapte utfordringer at forskeren var en lite erfaren intervjuer. Det var krevende å føre informantene på riktig spor, da de snakket om andre bærekraftige prosjekter som var utenfor problemstillingen. Dette førte til at mye av dataene ble mindre relevant for problemstillingen.

Enkelte oppfølgingsspørsmål under intervjuet ble noe ledende. Dette kan ha bidratt til at intervjuobjektene lot seg påvirke, og derav ga svar som ikke fremstilte egne meninger og opplevelser. Det kan skape skjevheter i resultater, og svekke forskningens validitet og kredibilitet.

Et av intervjuene ble utført over zoom, med noe bakgrunnsstøy. Dette førte til en mindre profesjonell intervjusituasjon, og det ble tidvis dårlig flyt i samtalen. Det opplevdes forstyrrende for begge parter, og kan ha bidratt til dårligere kvalitet på informantens svar og transkriberingen i etterkant, som igjen kan ha svekket studiens validitet.

### ***Teori***

Lazarus' teori om emosjoner, som ligger til grunn for drøftingen, er som tidligere nevnt vanskelig å teste empirisk. Dette kan svekke kvaliteten på det teoretiske rammeverket. Det var utfordrende å finne empiri som direkte underbygget teorien. Likevel fantes det annet empiri som kunne underbygge flere av Lazarus' prinsipper, uten å direkte referere til teorien.

## **Implikasjoner og videre forskning**

Målet med studien var å undersøke opplevelsen av motivasjon hos bærekraftige endringsagenter til å føre bærekraftige omstillinger i sin restaurantvirksomhet, for å skape en dypere forståelse for deres drivkraft. Resultatene viser at positive sensasjoner er en stor og viktig del av motivasjon til å føre bærekraftige omstillinger. På grunnlag av funnene, kan det argumenteres for at det bør vies mer plass til implementering av positive miljøbudskap for å øke motivasjon til bærekraftig handling. Å formidle positive effekter ved bærekraftig arbeid, kan bidra til å innføre et godt og meningsfylt arbeidsmiljø, som vil skape fuktig grobunn for engasjement knyttet til bærekraftige omstillinger.

Tilsvarende studier bør basere seg på intervjuer av restaurantsjefer, kokker eller andre som jobber direkte med restaurantdrift. Som nevnt under oppgavens begrensninger var det utfordrende å benytte seg av hotelldirektører som informanter for denne studien, da det bør på utfordringer for innsamling av dybdekunnskap angående restaurantdrift.

Videre vil det være interessant å undersøke hva som opprettholder endringsagentenes motivasjon. Klimakrisen er en langsiktig problemstilling, og krever langsiktige initiativ og engasjement. Derfor vil det være essensielt å ha en helhetlig forståelse av deres motivasjon, altså hva som skaper, hindrer og opprettholder motivasjon.

Funnene er diskutert i lys av generell empiri angående motivasjon og emosjoner knyttet til bærekraftig arbeid, da det finnes lite forskning rundt restaurantdrift; spesielt det som angår hotellbransjen. Studiens funn stemmer i stor grad overens med foreliggende

empiri, noe som kan tyde på et visst hold i argumentene. Likevel er nok denne studien i all hovedsak egnet som bakgrunn for videre utvikling av forskningsfeltet, da funnene er generelle og mangler noe dybde angående mat og restaurantdrift.

## Referanser

- Abrahamse, W., Dreijerink, L., & Steg, L. (2005). Factors influencing the acceptability of energy policies: A test of VBN theory. *Journal of Environmental Psychology, 25*(4), 415–425. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2005.08.003>
- Alam, K., Beaumont, N., & Imran, S. (2011). Reinterpreting the Definition of Sustainable Development for a More Ecocentric Reorientation. *Sustainable Development, 22*(2), 134–144. <https://doi.org/10.1002/sd.537>
- Amineh, R. J., & Asl, H. D. (2015). Review of Constructivism and Social Constructivism. *Journal of Social Sciences, Literature and Languages, 1*(1), 9-16.
- Antoncic, B., & Hisrich, R. D. (2003). Clarifying the intrapreneurship concept. *Journal of Small Business and Enterprise Development, 10*(1), 7–24. <https://doi.org/10.1108/14626000310461187>
- Araya, S., Bravo, D., Espejo, A., Gómez, M., Martela, F., & Unanue, W. (2021). What makes work meaningful? Longitudinal evidence for the importance of autonomy and beneficence for meaningful work. *Journal of Vocational Behavior, 131*, 103631. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2021.103631>
- Barkemeyer, R., Holt, D., Preuss, L., & Tsang, S. (2011). What Happened to the “Development” in Sustainable Development? Business Guidelines Two Decades After Brundtland. *Sustainable Development, 22*(1), 15–32. <https://doi.org/10.1002/sd.521>
- Beaton, A. M., Green-Demers, I., Noels, K., Pelletier, L. G., & Tuson, K. M. (1998). Why Are You Doing Things for the Environment? The Motivation Toward the Environment Scale (MTES)1. *Journal of Applied Social Psychology, 28*(5), 437–468. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.1998.tb01714.x>
- Bennett, T. L. (1977). *Brain and behavior*. Brooks/Cole Pub. Co.

- Bolderdijk, J. W., Keizer, K., Noppers, E. H., & Steg, L. (2014). The adoption of sustainable innovations: Driven by symbolic and environmental motives. *Global Environmental Change*, 25, 52–62. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2014.01.012>
- Bolderdijk, J. W., Venhoeven, L. A., & Steg, L. (2016). Why Acting Environmentally-Friendly Feels Good: Exploring the Role of Self-Image. *Frontiers in Psychology*, 7. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.01846>
- Bolderdijk, J. W., Venhoeven, L. A., & Steg, L. (2020). Why going green feels good. *Journal of Environmental Psychology*, 71, 101492. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2020.101492>
- Bouman, T., Steg, L., & Zawadzki, S. J. (2020). Meta-analytic evidence for a robust and positive association between individuals' pro-environmental behaviors and their subjective wellbeing. *Environmental Research Letters*, 15(12). <https://doi.org/10.1088/1748-9326/abc4ae>
- Branscombe, N. R., Cichocka, A., Greenaway, K. H., Likki, T., & van Veelen, R. (2014). Feeling Hopeful Inspires Support for Social Change. *Political Psychology*, 37(1), 89–107. <https://doi.org/10.1111/pops.12225>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using Thematic Analysis in Psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Braun, V., Clarke, V., & Hayfield, N. (2015). Thematic analysis. In J. A. Smith (Red.), *Qualitative Psychology: A Practical Guide to Research Methods* (s. 222–247). Sage.
- Braun, V., & Clarke, V. (2018). Using thematic analysis in counselling and psychotherapy research: A critical reflection. *Counselling and Psychotherapy Research*, 18(2), 107–110. <https://doi.org/10.1002/capr.12165>



- Brklacich, M., Bryant, C. R., & Smit, B. (1991). Review and appraisal of concept of sustainable food production systems. *Environmental Management*, 15(1), 1–14.  
<https://doi.org/10.1007/bf02393834>
- Bukchin, S., & Kerret, D. (2019). Once you choose hope: early adoption of green technology. *Environmental Science and Pollution Research*, 27(3), 3271–3280.  
<https://doi.org/10.1007/s11356-019-07251-y>
- Buzzanell, P. M., & Mitra, R. (2016). Communicative tensions of meaningful work: The case of sustainability practitioners. *Human Relations*, 70(5), 594–616.  
<https://doi.org/10.1177/0018726716663288>
- Christiansen, S. T. G. (2021, 30. september). *Befolkningen i Norge*. Folkehelseinstituttet.  
<https://www.fhi.no/nettpub/hin/samfunn/befolkningen/>
- Cohen-Chen, S., Pauls, I. L., & van Zomeren, M. (2019). Is hope good for motivating collective action in the context of climate change? Differentiating hope’s emotion- and problem-focused coping functions. *Global Environmental Change*, 58, 101-915.  
<https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2019.04.003>
- Cotter, A. (2018). Environment change, economy change and reducing conflict at source. *AI & SOCIETY*, 33(2), 215–228. <https://doi.org/10.1007/s00146-018-0816-x>
- Davidson, L., Fossey, E., Harvey, C., & Mcdermott, F. (2002). Understanding and Evaluating Qualitative research. *Australian and New Zealand Journal of Psychiatry*, 36(6), 717–732. <https://doi.org/10.1046/j.1440-1614.2002.01100.x>
- Davidson, P. M., & Halcomb, E. J. (2006). Is Verbatim Transcription of Interview Data Always necessary? *Applied Nursing Research*, 19(1), 38–42.  
<https://doi.org/10.1016/j.apnr.2005.06.001>
- Dietz, T., Guagnano, G. A., Kalof, L., & Stern, P. C. (1995). Values, Beliefs, and Proenvironmental Action: Attitude Formation Toward Emergent Attitude Objects1.

- Journal of Applied Social Psychology*, 25(18), 1611–1636.  
<https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.1995.tb02636.x>
- Dion, S., Green-Demers, I., Pelletier, L. G., & Tuson, K. (1999). Why Do People Fail to Adopt Environmental Protective Behaviors? Toward a Taxonomy of Environmental Amotivation. *Journal of Applied Social Psychology*, 29(12), 2481–2504.  
<https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.1999.tb00122.x>
- Earle, M. D. (1997). Innovation in the food industry. *Trends in Food Science & Technology*, 8(5), 166–175. [https://doi.org/10.1016/s0924-2244\(97\)01026-1](https://doi.org/10.1016/s0924-2244(97)01026-1)
- Ellsworth, P. C., Frijda, N. H., Moors, A., & Scherer, K. R. (2013). Appraisal Theories of Emotion: State of the Art and Future Development. *Emotion Review*, 5(2), 119–124.  
<https://doi.org/10.1177/1754073912468165>
- Ellis, A. (1985). Cognition and affect in emotional disturbance. *American Psychologist*, 40(4), 471–472. <https://doi.org/10.1037/0003-066x.40.4.471>
- Fazio, R. A., Lowe, M. J., Molnar, J. J., Rodriguez, J. M., & Sydnor, E. (2009). Barriers to adoption of sustainable agriculture practices: Change agent perspectives. *Renewable Agriculture and Food Systems*, 24(1), 60–71.  
<https://doi.org/10.1017/S1742170508002421>
- Fehr, B., & Russell, J. A. (1984). Concept of emotion viewed from a prototype perspective. *Journal of Experimental Psychology: General*, 113(3), 464–486.  
<https://doi.org/10.1037/0096-3445.113.3.464>
- Fernald, L. D., & Fernald, P. S. (1978). *Introduction to psychology: instructor's manual*. Houghton Mifflin Company.
- Fylan, F. (2005). Semi-structured interviewing. I J. Miles & P. Gilbert (Eds.), *A Handbook of Research Methods for Clinical and Health Psychology*. Oxford University Press.

- Foster, T., Hort, J., Shen, Y., & Yang, Q. (2020). Measuring consumer emotional response and acceptance to sustainable food products. *Food Research International*, *131*, 108992. <https://doi.org/10.1016/j.foodres.2020.108992>
- Garvill, J., & Nordlund, A. M. (2002). Value Structures behind Proenvironmental Behavior. *Environment and Behavior*, *34*(6), 740–756. <https://doi.org/10.1177/001391602237244>
- Gendron, M. (2010). Defining Emotion: A Brief History. *Emotion Review*, *2*(4), 371–372. <https://doi.org/10.1177/1754073910374669>
- Gregory, P. J., & Smith, P. (2012). Climate change and sustainable food production. *Proceedings of the Nutrition Society*, *72*(1), 21–28. <https://doi.org/10.1017/s0029665112002832>
- Groves, P., & Sehlesinger, K. (1979). *Introduction to biologicalpsychology*. Wm. C. Brown.
- Haas, I. J., & Neta, M. (2019). *Emotion in the Mind and Body*. Springer International Publishing.
- Hansen, J., Lea, D. W., Lo, K., Medina-Elizade, M., Ruedy, R., & Sato, M. (2006). Global temperature change. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, *103*(39), 14288–14293. <https://doi.org/10.1073/pnas.0606291103>
- Jakovcevic, A., & Steg, L. (2013). Sustainable transportation in Argentina: Values, beliefs, norms and car use reduction. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, *20*, 70–79. <https://doi.org/10.1016/j.trf.2013.05.005>
- Jansson, J., Marell, A., & Nordlund, A. (2011). Exploring consumer adoption of a high involvement eco-innovation using value-belief-norm theory. *Journal of Consumer Behaviour*, *10*(1), 51–60. <https://doi.org/10.1002/cb.346>
- Jaramillo, J. Á., Mendoza, G. L. O., & Sossa, J. W. Z. (2018). Barriers to sustainability for small and medium enterprises in the framework of sustainable development -

- Literature review. *Business Strategy and the Environment*, 28(4).  
<https://doi.org/10.1002/bse.2261>
- Johansson, L.O., Molander, S., & Zannakis, M. (2019). On the Relationship between Pro-Environmental Behavior, Experienced Monetary Costs, and Psychological Gains. *Sustainability*, 11(19), 5467. <https://doi.org/10.3390/su11195467>
- Kleinginna, A. M., & Kleinginna, P. R. (1981). A categorized list of motivation definitions, with a suggestion for a consensual definition. *Motivation and Emotion*, 5(3), 263–291.  
<https://doi.org/10.1007/bf00993889>
- Kleinginna, A. M., & Kleinginna, P. R. (1985). Cognition and affect: A reply to Lazarus and Zajonc. *American Psychologist*, 40(4), 470–471. <https://doi.org/10.1037/0003-066x.40.4.470>
- Klima og miljødepartementet. (2017, 16. juni). *Meld. St. 41 (2016–2017)*. Regjeringen.no.  
<https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/meld.-st.-41-20162017/id2557401/?ch=2>
- Lazarus, R. S. (1984). On the primacy of cognition. *American Psychologist*, 39(2), 124–129.  
<https://doi.org/10.1037/0003-066x.39.2.124>
- Lazarus, R. S., & Smith, C. A. (1990). Emotion and adaptation. I O. P. John, R. W. Robins, & L. A. Pervin (Eds.), *Handbook of personality: Theory and research* (s. 609–637). Guilford Press.
- Lazarus, R. S. (1991a). Cognition and motivation in emotion. *American Psychologist*, 46(4), 352–367. <https://doi.org/10.1037//0003-066x.46.4.352>
- Lazarus, R. S. (1991b). Progress on a cognitive-motivational-relational theory of emotion. *American Psychologist*, 46(8), 819–834. <https://doi.org/10.1037/0003-066x.46.8.819>
- Lurvink, J., Perlaviciute, G., van der Werff, E., & Steg, L. (2012). The Significance of Hedonic Values for Environmentally Relevant Attitudes, Preferences, and Actions.

- Environment and Behavior*, 46(2), 163–192.  
<https://doi.org/10.1177/0013916512454730>
- Moors, A. (2009). Theories of emotion causation: A review. *Cognition & Emotion*, 23(4), 625–662. <https://doi.org/10.1080/02699930802645739>
- Ottaway, R. N. (1983). The Change Agent: A Taxonomy in Relation to the Change Process. *Human Relations*, 36(4), 361–392. <https://doi.org/10.1177/001872678303600403>
- Owens, S. (2003). Is there a meaningful definition of sustainability? *Plant Genetic Resources*, 1(1), 5–9. <https://doi.org/10.1079/pgr20034>
- Perlaviciute, G., & Steg, L. (2015). The influence of values on evaluations of energy alternatives. *Renewable Energy*, 77, 259–267.  
<https://doi.org/10.1016/j.renene.2014.12.020>
- Pisani, J. A. D. (2006). Sustainable development – historical roots of the concept. *Environmental Sciences*, 3(2), 83–96. <https://doi.org/10.1080/15693430600688831>
- Potter, D. (2003). Prospect for Environmental Change. I A. Blowers & P. Glasbergen (Eds.), *Environmental Policy in an International Context*. Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Preston, J. L., Salomon, E., & Tannenbaum, M. B. (2017). Climate change helplessness and the (de)moralization of individual energy behavior. *Journal of Experimental Psychology: Applied*, 23(1), 15–28. <https://doi.org/10.1037/xap0000105>
- Reisenzein, R. (2020). Cognitive Theory of Emotion. I V. Zeigler-Hill & T. K. Shackelford (Eds.), *Encyclopedia of Personality and Individual Differences*. Springer, Cham.
- Schwartz, S. H. (1992). *Universals in the content and structure of values : Theoretical advances and empirical tests in 20 countries*. Academic Press.
- Silverman, D. (2020). *Qualitative research* (5. utg.). Sage.

- Thøgersen, J., & Ölander, F. (2002). Human values and the emergence of a sustainable consumption pattern: A panel study. *Journal of Economic Psychology*, 23(5), 605–630. [https://doi.org/10.1016/s0167-4870\(02\)00120-4](https://doi.org/10.1016/s0167-4870(02)00120-4)
- Tichy, N. M. (1975). How Different Types of Change Agents Diagnose Organizations. *Human Relations*, 28(9), 771–799. <https://doi.org/10.1177/001872677502800901>
- Valenstein, E. S. (1973). *Brain stimulation and motivation; research and commentary*. (1. utg.). Scott Foresman.
- World Commission on Environment and Development (WCED). (1987). Our common future: report of the World Commission on Environment and Development. *International Affairs*, 64(1). <https://doi.org/10.2307/2621529>
- White, J. T. (1878). *A Complete Latin-English and English-Latin Dictionary*. Longman, Green co.
- Zajonc, R. B. (1980). Feeling and thinking: Preferences need no inferences. *American Psychologist*, 35(2), 151–175. <https://doi.org/10.1037/0003-066x.35.2.151>
- Zajonc, R. B. (1984). On the primacy of affect. *American Psychologist*, 39(2), 117–123. <https://doi.org/10.1037/0003-066x.39.2.117>

## **Appendiks A**

### **Samtykkeerklæring**

#### **Vil du delta i forskningsprosjekt «Endringsagenter og bærekraftig matindustri»?**

Dette er et spørsmål til deg om å delta i et forskningsprosjekt hvor formålet er å undersøke hvordan det er å jobbe med bærekraftige løsninger knyttet til produksjon og salg av mat i Norge i dag. Opplysningene skal benyttes i en bacheloroppgave og er knyttet til et forskningsprosjekt som en del av en doktorgrad på institutt for psykologi, NTNU. I dette skrivet gir vi deg informasjon om formålet med prosjektet og hva deltakelse vil innebære for deg.

#### **Formål**

Formålet er å undersøke hvordan arbeidshverdagen oppleves av personer som arbeider med bærekraftig mat og/eller plantebaserte produkter. Tidligere forskning viser til at det å arbeide med bærekraftighet potensielt kan være krevende, med press fra ulike arenaer. I tillegg til utfordringer knyttet til å produsere produkter som er bra for miljøet, samtidig som man ønsker å få tilstrekkelig inntekter til drift. Funnen i studien er det ønskelig å benytte for å kunne tilrettelegge for denne yrkesgruppen. Dette for å kunne forsikre seg en kontinuerlig drift av virksomheter og organisasjoner som fokuserer på miljøvennlige praksiser som en del av Norges mål om å bli et klimanøytralt land innen 2050.

#### **Hvem er ansvarlig for forskningsprosjektet?**

NTNU er ansvarlig for prosjektet. Vilde Johannessen PhD kandidat ved institutt for psykologi (NTNU) er hovedansvarlig for forskningsprosjektet. Hovedveileder Fay Giæver (NTNU), Biveileder Sally Russel fra universitetet i Leeds og prosjektleder Sophia Efstathiou (NTNU) vil ha et veiledende ansvar knyttet til forskningsprosjektet. Forskningsprosjektet inngår i et større prosjekt « Meatigation: Towards sustainable meat- use in Norwegian food practices for climate mitigation”.

## **Hvorfor får du spørsmål om å delta?**

I forskningsprosjektet er det ønskelig å fokusere på mat produksjon i Norge som fokuserer på miljøvennlige prinsipper. Her er det ønskelig å inkludere nøkkelpersoner i virksomheter. Hvor lenge virksomheten har praktisert bærekraftige prinsipper og størrelse har ikke noe å si for deltakelse. Vi ønsker at alle skal få muligheten til å bidra i forskningen og ønsker et helhetlig bilde av hvordan en slik arbeidshverdag kan oppleves.

## **Hva innebærer det for deg å delta?**

Deltakelse vil innebære delta på ett intervju. Dette kan ta mellom 1 – 2 timer. Varighet på intervjuet kan tilpasses den enkelte deltaker og bestemmes sammen med forsker/ bachelorstudent. Intervjuet vil bli tatt opp med en lydopptaker for mulighet til å skrive ned innholdet av intervjuet (transkribering). Det vil bli spurt spørsmål om hvordan man opplever ulike aspekt ved arbeid, motivasjon, verdigrunnlag og utfordringer knyttet til egen drift.

Det er frivillig å delta Det er frivillig å delta i prosjektet. Hvis du velger å delta, kan du når som helst trekke samtykket tilbake uten å oppgi noen grunn. Alle dine personopplysninger vil da bli slettet. Det vil ikke ha noen negative konsekvenser for deg hvis du ikke vil delta eller senere velger å trekke deg.

## **Ditt personvern – hvordan vi oppbevarer og bruker dine opplysninger**

Vi vil bare bruke opplysningene om deg til formålene vi har fortalt om i dette skrivet. Det vil si i en bacheloroppgave og forskningsstudie veiledet av PhD kandidat Vilde Johannessen. Vi behandler opplysningene konfidensielt og i samsvar med personvernregelverket.

- Prosjektansvarlig Vilde Johannessen vil ha tilgang til personlig data. Veiledere Fay Giæver, Sophia Efstathiou (NTNU) og Sally Russel (University of Leeds) vil ha veiledende oppgaver og dermed ha tilgang til transkripsjoner av dataene.
- Transkripsjoner og publikasjoner vil inneholde oppdiktete navn for å kunne koble samme navn til samme informasjon i observasjon og intervju.
- Deltakelse vil anonymiseres og være konfidensiell, det vil ikke være mulig å gjenkjenne deltakere, organisasjon, bedrift eller gård i publikasjoner av noe slag.
- Liste med navn og kontaktinformasjon vil kobles til en kode som vil lagres separat på en kryptert NTNU server.



Hva skjer med opplysningene dine når vi avslutter forskningsprosjektet?

All informasjon om din deltakelse, inkludert lydopptak vil bli slettet innen projektslutt, som etter planen vil finne sted den 1. februar 2024.

Dine rettigheter

Så lenge du kan identifiseres i datamaterialet, har du rett til:

- innsyn i hvilke opplysninger vi behandler om deg, og å få utlevert en kopi av opplysningene
- å få rettet opplysninger om deg som er feil eller misvisende
- å få slettet personopplysninger om deg
- å sende klage til Datatilsynet om behandlingen av dine personopplysninger

Hvis du har spørsmål til studien, eller ønsker å vite mer om eller benytte deg av dine rettigheter, ta kontakt med: · Vilde Johannessen, Email: vilde.johannessen@ntnu.no, 95462968 · Vårt personvernombud: Thomas Helgesen, Email: Thomas.helgesen@ntntu.no, 93079038. · NSD – Norsk senter for forskningsdata AS på epost (personverntjenester@nsd.no) eller på telefon: 55 58 21 17.

Med vennlig hilsen

Vilde Johannessen

(PhD kandidat)

-----  
-----

Samtykkeerklæring

Jeg har mottatt og forstått informasjon om prosjektet Endringsagenter og bærekraftig matindustri, og har fått anledning til å stille spørsmål. Jeg samtykker til:

Jeg samtykker å delta i intervju og deltakende observasjon. Jeg samtykker til at mine opplysninger behandles frem til prosjektet er avsluttet (Februar 2024)

-----

----

(Navn, dato)

## Appendiks B

### Intervjuguide for restauranter

*Tall: spørsmål*

*Bokstav: oppfølgingsspørsmål etter behov*

#### Bakgrunn

*Dette er det vi gjerne kaller oppvarmingsspørsmål, disse bør være lette å svare på og skal bryte isen.*

1. Kan du fortelle litt om deg selv?
  - a. Alder, utdanning, Familie, oppvekst, hobbyer og interesser.
2. Hvordan ser en vanlig arbeidsdag/uke ut for deg? @
3. Hvordan havnet du i den jobben/stillingen du har i dag?
  - a. *Grunder: hvordan kom du på å starte denne bedriften/restauranten ?*
  - a. *Endring i eksisterende bedrift: hva fikk deg til å søke på denne stillingen her?*

#### Bærekraftig kjøtt og bærekraftighetsprinsippet

*Dette kan potensielt vise til holdninger om bærekraftig mat og fungere som et kontrollspørsmål for bærekraftige holdninger og forståelse. Politisk engasjement.*

4. Hva tenker du når du hører bærekraftig kjøtt/mat?
  - a. Hva mener du dette inkluderer?
  - b. Hvordan opplever du dette?

*Spørsmål nr 5 er ikke veldig viktig at dere får med dere. Det er av interesse å se på hvordan informantene opplever den grønne endringen som så vidt er igangsatt. Akkurat restauranter er noen som gjerne ikke kjenner så godt på dette enda. Men er interessant å vite hva de tenker om den grønne endringen i Norge.*

5. Hva tenker du om bærekraftighets tiltakene som politikerne tenker å sette i gang?  
Hvordan føler du at disse påvirker deg i din stilling/ arbeid?

## **Motivasjon og drive**

6. Hva betyr jobben for deg?
  - a. Hvordan opplever du det å jobbe på restaurant, cafe osv...
7. Hvordan opplever du det å jobbe med bærekraftig mat og råvarer.
  - a. Plantebasert mat
  - a. Økologisk mat
8. Er det noen sider ved jobben du finner spesielt givende/motiverende?
  - a. Hvorfor det?

## **Barrierer og verdi konflikter**

9. Opplever du noen negative sider ved arbeidet/ stillingen?
  - a. Arbeidsoppgaver eller utenforstående faktorer
10. Kan du fortelle om en hendelse eller arbeidssituasjon du opplevde som krevende eller ubehagelig?
11. Hvordan håndterer du de vanskelige situasjonene på jobb eller jobbrelaterte hendelse?
12. Opplever du arbeidsoppgaver eller sider ved jobben som går imot dine verdier?
  - a. Hvordan opplever du at disse verdiene påvirker din arbeidshverdag.
  - a. Hvilke barrierer opplever du i din jobb eller jobbrelaterte settinger?
  - a. Opplever du at disse verdiene skaper barrierer i arbeidsdagen din?

## **Annet:**

*Her kan dere legge til 2 spørsmål som er mer spisset konkret til det dere ønsker å undersøke.*

13. Hvordan opplever du viktigheten av bærekraftige omstillinger knyttet til mat?
  - a. Opplever du dette som spesielt viktig i hotellbransjen?
  - b. Eventuelt hvorfor opplever du/oplever du ikke dette?
14. Hvordan opplever du viktigheten av gode holdninger rettet mot bærekraftig mat fra ledelsen for resten av de ansatte i deres restaurant?

- a. Opplever du at dine holdninger ovenfor bærekraftig mat påvirker de ansatte på kjøkkenets holdninger?
- b. Opplever du at de ansatte i restauranten har en genuin motivasjon for å opprettholde og videreføre de bærekraftige tiltakene dere fører?
- c. Eventuelt hvorfor opplever du/opplever du ikke dette?

**Avslutning og oppsummering:**

*Her er det på tide å avrunde, pass på at informanten har fått sagt det han eller hun har behov for. For å unngå at informanten går fra intervjuet med en dårlig følelse.*

15. Har du noen avsluttende tanker om fremtiden til ditt yrke/arbeidsplass?

16. Er det noe du vil tilføye avslutningsvis, eller noe du ikke føler vi har fått snakket om?

## Appendiks C

Hei!

Tusen takk for at du vil stille til intervju i forbindelse med min bacheloroppgave! Her kommer litt mer informasjon om mitt prosjekt. Studiets formål er å undersøke opplevelsen av å arbeide med bærekraftig mat og bærekraftig matindustri. Tema, for min studie spesifikt, er motivasjon hos bærekraftige endringsagenter i restaurantbransjen, hvor søkelyset er satt på hotellbransjen. Hoteller har mye makt ovenfor matprodusenter, da de kjøper, tilbereder og serverer store mengder mat i løpet av et år. Derfor er det viktig å undersøke motivasjon hos bærekraftige endringsagenter, for deretter å forhåpentligvis kunne implementere dette, og skape gnist hos andre matprodusenter- og distributører.

Intervjuet vil vare i omtrent en time. Det foretrekkes at det utføres fysisk, men dersom dette ikke er mulig kan vi ta det over Zoom eller telefon. Intervjuet vil bli tatt opp på diktafon utlånt av NTNU.

Jeg legger ved en samtykkeerklæring, hvor det står utfyllende informasjon om formål ved prosjektet, personvern og andre rettigheter. Les over og skriv under, så avtaler vi et tidspunkt for intervju.

Dersom du skulle ha noen spørsmål angående prosjektet kan du ringe meg, eller sende meg en mail. Mobil: xxx.

Med vennlig hilsen

xxx

