

Streszczenie

Niniejsza rozprawa doktorska podejmuje zagadnienie czynników psychologicznych i społecznych kształtujących akceptację żywności na bazie owadów wśród konsumentów w Polsce. W czterech wchodzących w jej skład publikacjach, akceptacja została ujęta nie jako pojedyncza, stała postawa, lecz jako efekt procesów afektywnych, poznawczych i społecznych, które wspólnie kształtują gotowość konsumenta do kontaktu z żywnością zawierającą owady, jej nabywania oraz spożywania.

Trzy badania ilościowe i jedno badanie jakościowe odpowiadały na następujące cztery cele badawcze: (1) jak wpływ informacji na etykiecie oraz wizualna obecność składników owadzych wpływają na akceptację produktu (eksperyment behawioralny, $N = 99$); (2) jak ogólna akceptacja owadów jako substytutu mięsa wiąże się z deklarowaną osobistą gotowością do ich spożywania (ogólnopolska próba reprezentatywna, $N = 1\ 096$); (3) czy ramowanie informacyjne, żywieniowo-zdrowotne lub środowiskowe, redukuje niechęć do spożycia owadów (eksperyment online, $N = 659$); oraz (4) jak osoby niespożywające owadów konstruują społecznie postać osoby, która włącza produkty z owadami do swojej diety (refleksyjna analiza tematyczna, $N = 19$).

Na podstawie całego cyklu badań można sformułować cztery główne wnioski. Po pierwsze, etykieta informująca o zawartości owadów w produkcie obniżała gotowość do jego spożycia, niezależnie od tego, czy owady były w nim widoczne, co wskazuje na odrzucenie oparte na idei, a nie na bodźcu sensorycznym. Po drugie, odnotowano istotną rozbieżność między ogólną akceptacją produktu zawierającego białko owadzie a intencją jego spożycia. Rozbieżność ta była dodatkowo nasilana przez neofobię pokarmową oraz wrażliwość na obrzydzenie. Po trzecie, materiały informacyjne okazały się nieskuteczne w poprawie negatywnych postaw wobec oferowanych artykułów, przy czym najlepiej oceniano te warianty, które w żaden sposób nie nawiązywały do obecności owadów; głównymi determinantami akceptacji były wcześniejsze pozytywne nastawienie do entomofagii oraz poszukiwanie różnorodności w diecie; natomiast czynniki takie jak neofobia żywieniowa czy wstręt miały znikome znaczenie dla gotowości badanych do degustacji. Po czwarte, fakt spożywania przez daną osobę owadów został ujęty jako akt widoczny społecznie; postać konsumenta owadów podlegała stereotypizacji w kategoriach normalności oraz postrzeganego statusu społecznego; przy czym obrzydzenie jednostki wydaje

się odgrywać istotną rolę w kształtowaniu tych atrybucji. Łącznie wyniki sugerują, że odrzucenie żywności opartej na owadach w analizowanym kontekście kulturowym ma charakter emocjonalny i jest społecznie wzmacniane, co sprawia, że jego przezwyciężenie wyłącznie za pomocą interwencji informacyjnych wydaje się mało prawdopodobne. Spożywanie owadów osadzone jest w szerszych procesach społecznej konstrukcji i stereotypizacji osób stosujących inną niż uznawana za normę dietę, przy czym obrzydzenie moralne wydaje się pełnić znaczącą funkcję.

Słowa kluczowe: entomofagia, żywność zawierająca owady, obrzydzenie, neofobia pokarmowa, etykietowanie żywności, percepcja społeczna, stereotypizacja, heurystyka afektu

