

Examensarbete i medie- och

kommunikationsvetenskap

2014-01-07

Institutionen för journalistik,

medier och kommunikation

[www.jmg.se](http://www.jmg.se)

# DET MEDIALA Köttet

En deskriptiv studie om hur svensk press skildrar  
köttkonsumtion mellan åren 2002-2012

Författare: Lisa Jansson  
Handledare: Mathias Färdigh



GÖTEBORGS  
UNIVERSITET

## Abstract

**Titel:** Det mediala köttet. En studie om hur den svenska pressen skildrar köttkonsumtion mellan åren 2002-2012.

**Författare:** Lisa Jansson

**Kurs:** Examensarbete i medie- och kommunikationsvetenskap vid institutionen för journalistik, medier och kommunikation, Göteborgs Universitet.

**Termin:** Höstterminen 2013

**Handledare:** Mathias Färdigh

**Sidantal exklusive bilaga:** 38 sidor

**Antal ord:** 9527

**Syfte:** En deskriptiv studie om hur köttkonsumtion har skildrats i svensk dagspress mellan åren 2002-2012.

**Metod:** Kvantitativ innehållsanalys

**Material:** Artiklar från Aftonbladet, Expressen, Svenska Dagbladet och Dagens Nyheter mellan åren 2002-2012, hämtade från medicarkivet *Retriver*. Sammanlagt samlades 131 artiklar in.

**Huvudresultat:** Resultatet som denna studie lett fram till visar att över tid har det skett en förändring i rapporteringen av köttkonsumtion som ligger i tiden enligt tidigare studier. Artiklarna som studerats har alla varit övergripande positiva till en minskad köttkonsumtion, men med vissa undan tag. De artiklar som var positiva hänvisar oftast till FN:s Miljöorgan och liknande rapporter. Dock är de flesta artiklar från alla fyra tidningarna överens om att en minskning av köttkonsumtionen måste ske för miljöns skull. Det är mestadels nyhetsartiklar som befinner sig bland de studerade artiklarna och Aftonbladet och Expressen är de tidningar som har mest ledare och debattartiklar. Mediebilderna är övergripande positiv till en minskad köttkonsumtion.

# Executive Summary

This thesis aims to descriptively study how meat consumption has been portrayed in Swedish daily newspapers between 2002 and 2012. The newspapers that have been studied are Svenska Dagbladet, Dagens Nyheter, Aftonbladet and Expressen.

To answer the aim, the study is based on two research questions. How is the Swedish press portraying meat consumption between 2002-2012? And is there any difference between the newspapers?

The theories I use are Framing theory, agenda setting, news valuation and media logic. The framing theory is a central part of the study to understand how media has portrayed meat consumption over the ten year period. Relating to the space, location and size of the article also the.

To be able to answer the aim and research questions a quantitative text analysis method has been used. The material was collected through the media archive Retriever. 131 articles were collected.

The main result of the study shows that meat consumption has been given more attention after 2006. There was a noticeable breaking point 2006/2007 where the amount of articles doubled. After that there was a greater variation in the types of articles. What was found was that the environmental issue was the main subject that was discussed in the articles. 109 articles were positive out of 131. Another finding is that the article headlines often had a more varied nature. Svenska Dagbladet was the newspaper that had the largest amount of neutral headlines. The articles often referred to the UN report *Livestock's long shadow environmental issues and options (2006)*. There were no large differences in the newspapers portrayals of meat consumption. It was possible to notice a difference in the article genres. Aftonbladet and Expressen had more editorials, debate articles and letters to the editor. Dagens Nyheter had more in the "other" category and many letters to the editor. Svenska Dagbladet had mostly news articles. Overall the Swedish press has had a positive attitude regarding reduced meat consumption.

# Table of Contents

<b>1. Inledning</b> .....	5
1.1 Syfte och frågeställningar.....	6
1.2 Avgränsningar .....	7
1.3 Disposition .....	7
<b>2. Bakgrund</b> .....	8
2.1.1 Köttkonsumtionen i Sverige och dess effekter .....	9
2.1.2 Köttets miljöpåverkan .....	9
2.1.3 Köttet och hälsan .....	10
2.1.4 Medias roll i samhället.....	11
2.1.5 Miljöopinion i Sverige.....	11
2.2 Tidigare studier .....	12
<b>3. Teori</b> .....	13
3.1 Opinionsbildning .....	13
3.1.1 Agenda setting.....	14
3.1.2 Gestaltningsteori.....	14
3.2 Nyhetsvärdering.....	16
3.3 Medielogiken.....	17
<b>4. Metod</b> .....	18
4.1 Val av metod.....	18
4.2 Urval av tidningar och artiklar .....	19
4.3 Utformning av kodschema .....	20
4.4 Kodning av kategorier och benämningar.....	21
4.5 Genomförande .....	22
4.6 Validitet och reliabilitet.....	22
<b>5. Resultat</b> .....	24
5.1 Hur rapporterar svensk dagspress om köttkonsumtion 2002-2012? .....	24
5.1.2 Vilka genrer tillhör artiklarna? .....	25
5.1.3 Hur stort utrymme har artiklarna haft?.....	26
5.1.4 Hur har artiklarna framställts? .....	27
5.1.5 Vilket är det huvudsakliga ämnet som behandlas i artiklarna?.....	28
5.1.6 Sammanfattning frågeställning 1 .....	29
5.2 Finns det någon skillnad mellan de olika tidningarnas rapportering?.....	29
5.3 Sammanfattning frågeställning 2: .....	32
<b>6. Analys av resultat</b> .....	34
6.1 Gestaltningsteorin .....	34
6.2 Nyhetsvärdering.....	35
<b>7. Slutsatser och avslutande diskussion</b> .....	37
7.1 Reflektioner kring arbetet.....	38
7.2 Förslag på vidare forskning .....	38
<b>Referenser</b> .....	39
<b>Bilaga 1</b> .....	41

## Tabellförteckning:

<b>Tabell 1.</b> Antal artiklar per år (antal/ procent).....	23
<b>Tabell. 2.</b> Andel publicerade artiklar positiva, neutrala eller negativa per år mellan 2002-2012 (andel).....	26
<b>Tabell 3:</b> Antal artiklar per tidning mellan åren 2002-2012.....	28
<b>Tabell 4:</b> Antal artiklar per år och tidning (frekvens).....	28
<b>Tabell 5.</b> Antal positiva, neutrala eller negativa artiklar publicerade per tidning (procent) .....	29
<b>Tabell 6.</b> Antal positiva, neutrala eller negativa artikelrubriker publicerade per tidning (procent) .....	29
<b>Tabell 7.</b> Andel publicerade artiklar inom respektive textgenrer per tidning 2002-2012 (procent) .....	30

## Figurförteckning:

<b>Fig.2.</b> Andel publicerade artiklars genretyp per år mellan 2002-2012 (procent) .....	23
<b>Fig.3</b> Artikelstorlek (antal) mellan 2002-2012.....	24
<b>Fig.4</b> Artikelstorlek per årtal (antal) 2002-2012 .....	25
<b>Fig. 5</b> Andel positiva, negativa och neutrala artiklar 2002-2012 (procent).....	25
<b>Fig.6.</b> Andel publicerade artiklars huvudsakliga ämne mellan 2002-2012 (procent) .....	27

# 1. Inledning

Denna kandidat uppsats syftar till att studera hur köttkonsumtion har skildrats i svensk dagspress mellan åren 2002-2012.

Två av FN:s millenniemål är att utrota världshungern och nå en hållbar utveckling för miljön. För att minska antalet undernärda i utvecklingsländerna till år 2050 så måste livsmedelsproduktionen öka med 70 procent. En sådan ökning skulle inte fungera med den rådande köttkonsumtionen, eftersom köttproduktion tar upp en stor del av befintlig jordbruksmark. Marken skulle istället kunna användas för att odla andra livsmedel och på så sätt kunna mätta många munnar. FN:s miljöorgan förespråkar ett skifte mot en vegetarisk diet, globalt.

I media har man på senare tid kunnat läsa om hur köttet påverkar vår hälsa och miljö allt mer. Dessutom har rapporter om ökade klimatförändringar, matfusk och dokument om köttindustrins fruktansvärda djurhållning publicerats. Samtidigt som vi läser detta får vi ständigt tips på nya dieter som innebär en minskning av kolhydrater och ökat intag av animaliskt protein.

Rapporter som publicerats visar att svensken i genomsnitt årligen äter 85 kilo kött per person, det är en ökning på 33 procent sedan början av 1990-talet (Jordbruksverket, 2012).

Vi är alla konsumenter. Och mat är det nödvändigaste som vi konsumerar och matens pris har pressats ned. Vi har köpkraft som vi kan använda för att bestämma vad vi stoppar i oss och genom aktiva val påverka den jord som vi alla bor på, djurhållning och vår egen hälsa.

Runt köksbordet, på arbetsplatsen, med vänner och med familj diskuterar vi ofta saker som vi tagit del av genom media. Det kan varit något vi såg på tv, hörde på radio eller läste i tidningen, pappersform eller på nätet. Det kan sägas att media skapar en grogrund för våra diskussioner som vi för och vad vi kan göra för oss själva, djuren och planeten. Därför är det intressant att se hur medias bild av köttkonsumtion ser ut.

Det är intressant att undersöka hur informationen om köttkonsumtion sprids till allmänheten då vi lever i ett samhälle där media till stor del påverkar vår

verklighetsuppfattning, eftersom nyhetsmedia är en av de största informationskanalerna som finns i vårt samhälle (Strömbäck, 2009:127). Under de senaste åren har debatten om miljön ökat och allt fler har börjat tänka medvetet på de val som de gör i vardagen.

FN rapporterar också om klimatförändringar och hur det är människan som orsakar detta. För att kunna göra ett aktivt val som samhällsmedborgare så behövs det information om varför och köttkonsumtion påverkar miljön, denna information bör komma från media. Därför är det av intresse att se hur svensk press har skildrat köttkonsumtion.

Att studera hur media skildrar köttkonsumtion är också av intresse då det är en fråga som har varit aktuell den senaste tiden i och med att vissa skolor, ålderdomsboende samt sjukhus valt att införa en köttfridag, vilket har väckt hetsig debatt.

Den inomvetenskapliga relevansen är hög eftersom mediebilderna av köttkonsumtion studeras över en 10 års period för att söka förståelse för hur media valt att framställa frågan. Denna studie kan bidra med att försöka visa hur skildringen av köttkonsumtion ser ut, för att söka en förståelse om det har skett en förändring trots att köttkonsumtionen ökar.

## 1.1 Syfte och frågeställningar

Syftet är att göra en deskriptiv studie av hur köttkonsumtion har skildrats i svensk dagspress mellan åren 2002-2012.

- Hur framställer den svenska pressen köttkonsumtion mellan åren 2002-2012?

Har rapporteringen sett likadan ut eller finns det några skillnader? Vilket eller vilka ämnen är det som framtonas och vad har pressen för inställning gentemot köttkonsumtion.

- Finns det skillnad mellan tidningarna?

Genom att studera vilka skillnader det finns mellan tidningarna, är det möjligt att avläsa om det finns några tydliga redaktionella val i vilket ämne som framlyfts. Få en förståelse om det skiljer sig genremässigt och storleksmässigt på artiklarna.

## 1.2 Avgränsningar

Materialet som används för att svara på studiens syfte och frågeställningar hämtas ifrån Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, Aftonbladet och Expressen.

Genom att avgränsa mig på detta sätt får jag med två dagstidningar och två kvällstidningar. Jag har valt att ta med dessa två dagstidningar och kvällstidningar eftersom de är fyra av de största tidningarna i Sverige. År 2012 läste 64 procent av den svenska befolkningen en morgontidning i genomsnitt per dag. Siffran för kvällspressen låg på 27 procent per dag (Svenska Mediehus, 2013).

Det är endast text som analyserats inga bilder. Materialet hämtas genom medicarkivet *Retriever*.

## 1.3 Disposition

Första kapitlet tar avstamp i en bakgrund och en problemformulering som ligger till grund för studiens syfte och frågeställningar. Dessa presenteras i slutet av detta kapitel samt studiens avgränsning. Därefter följer kapitel två som presenterar studiens teoretiska ramverk. Det består av fyra delar: Opinionsbildning, gestaltningsteori, nyhetsvärdering och medielogiken. Det tredje kapitlet redogör för den metod som används, urval, genomförande och validitet. I kapitel fyra redovisas resultat och en analys utförs. I det femte och sista kapitlet sammanfattas uppsatsen och en avslutande diskussion förs.



## 2. Bakgrund

FNs livsmedels- och jordbruksorganisation FAOs rapport *Livestock's long shadow environmental issues and option* (2006) uppmanar till en minskad köttkonsumtion.

Djurhållningen har enligt FN en större påverkan på klimatet än transporter och står för 18 procent av växthusgasutsläppen i världen. FAO menar att köttkonsumtionen förvärrar den redan stora världshungern eftersom den kräver jordbruksareal för framställning av foder till boskapen:

*"The livestock sector emerges as one of the top two or three most significant contributors of the most serious environmental problems, at every scale from local to global. The findings of this report suggest that it should be a major policy focus when dealing with problems of land degradation, climate change and air pollution, water shortage and water pollution and loss of biodiversity."*

Att det är vi människor som påverkar miljön är tydligt. FN:s Klimatpanel om klimatförändringar menar att det blir tydligare och tydligare för varje år hur det påverkar den globala uppvärmningen. Klimatsystemet påverkas av människan genom ökade utsläpp av växthusgaser så som koldioxid och metan i atmosfären som leder till att medeltemperaturen ökar. Dessa höga halter av koldioxid och metan är tecken på att det är den mänskliga aktiviteten som är en bakomliggande faktor (Naturvårdsverket, 2013). Nötkött är en stor faktor i detta fall då det bidrar till att stora mängder växthusgaser släpps ut i atmosfären.

Köttproduktionens miljöpåverkan varierar beroende på djurtyp, uppfödning, foder och produktionsform. Den svenska produktionen av lamm och nötkreatur bidrar genom att underhålla betesmarkerna och främjar den biologiska mångfalden (Jordbruksverket, 2011). I Sverige konsumerar vi dubbelt så mycket kött som kommer från icke-miljönyttiga djur så som gris och kyckling, 53 kilo jämfört med 27 kilo nöt och lamm (Naturvårdsverket, 2011).

I Sverige består 70 % av jordbruksarealen av boskapsproduktion. Övergödningen i östersjön är

För att kunna lösa de miljöproblem som vi står inför är det viktigt att ha goda policyinstrument. Dessa policyinstrument bör också ha en acceptans från allmänheten (Hammar & Jagers, 2006). Det kan då vara fördelaktigt för politiker och beslutsfattare att

informera om varför en åtgärd bör ske. I detta fall så är de flesta överens om att köttkonsumtion påverkar miljön negativt. Genom att sprida information om varför köttkonsumtionen bör minska och vad köttkonsumtion innebär kan allmänheten kanske nå någon slags acceptans för de åtgärder som bör ske och för att kunna ändra attityder hos individer (Krantz & Lindgren, 2001 citerad i Jagers, Martinsson & Nilsson, 2009). Det kan alltså öka acceptansen och attityderna gentemot miljöskatter eller andra incitament som bör genomföras. Det kan alltså påverka politiker och beslutsfattare på så sätt genom att se att de ser att det finns en ökad social acceptans och miljövänligare attityder som på så sätt kan leda till att de fokuserar mer på miljöfrågor och problemen som finns (Jagers, Martinsson & Nilsson, 2009).

### 2. 1. 1 Köttkonsumtionen i Sverige och dess effekter

Jordbruksverkets rapport från 2012 visar att köttkonsumtionen har ökat med 33 procent per person från 1990- 2012. Den ökade konsumtionen beror på en ökad. I en jämförelse mellan Indien och Sverige ligger de förras medelkonsumtion av kött på 4-5 kilo kött per år per person och de senares på 82,2 kilo per person om året (Jordbruksverket, 2012). Vår levnadsstandard har alltså blivit bättre medan priserna på köttet har sänkts vilket leder till att vi konsumerar mer.

Sverige, Danmark och Frankrike konsumerar mest nötkött i Europa. Svensken äter i genomsnitt 80 kilo kött per år av detta är 24 kilo från nötkreatur, 14 kilo fågel och 36 kilo fläskkött (Jordbruksverket, 2012). Efter att Sverige gick med i EU 1995 sjönk köttpriserna markant.

### 2.1.2 Köttets miljöpåverkan

Klimatförändringarna är ett faktum och påverkar globalt är de flesta forskare överens om. Förändringar i temperatur påverkar våra ekosystem negativt och detta är vi människor som har en stor del i dessa förändringar (FAO, 2006).

En stor bidragande faktor till klimatförändringarna är att köttindustrin står för en stor del av de utsläpp som påverkar vår planet. Men det är inte endast klimatförändringar som köttkonsumtionen står för, dessa växthusgaser är endas en del i det hela, övergödning, skövling av skog som bidrar till minskad ekologisk mångfald samt ökade priser på maten då boskapen utfodras med foder som kräver resurser (Naturvårdsverket, 2013).

Rapporter och tidigare studier har visat att köttindustrin står för mer av koldioxidutsläppen än transportsektorn eftersom köttindustrin dessutom använder sig av transportsektorn för att transportera boskap, kött och foder (FAO, 2006). De utsläpp som kommer från köttindustrin är koldioxid, kväveoxider samt metan. En växthusgas som är 23 gånger starkare än koldioxid, vilken bildas när kor idisslar (IPCC, 2007).

För att producera kött behövs enormt mycket vatten. För att kunna framställa ett kilo nötkött krävs det 15 000 liter vatten (Jordbruksverket, 2012). Detta är ungefär 43 gånger så mycket vatten som det krävs för att odla en lika stor mängd sädeslag (Pimentel & Pimentel, 2007). Samtidigt är det vattenbrist på många platser i världen och 8 procent av världens vattenresurser går till boskapssektorn (FAO, 2006).

Nötkreatur är det kött som har mest miljöpåverkan men också kyckling och gris utfodras med spannmål som skulle kunna användas för att ge föda åt människor. Denna produktion av foder åt djuren står för 70 procent av åkerarealen i Sverige. Det måste också tilläggas att det inte bara är negativa effekter, en idisslande betande kossa bidrar till den svenska biologiska mångfalden (Jordbruksverket, 2012).

Det är svårt att undersöka hur mycket de transporter som används i jordbruket för att transportera olika produkter till och från jordbruken står för i utsläppsmängd, eftersom dessa räknas in under inrikes transporter (Jordbruksverket, 2012 )

### 2.1.3 Köttet och hälsan

Det finns många olika röster om hur kött påverkar hälsan. Vissa menar att det är viktigt att få i sig kött eftersom det är protein och järn rikt medan andra menar att detta kan vi få i oss genom att äta mer grönt och baljväxter.

Världscancerfondens rapport Food Nutrition, physical activity, and prevention of cancer (2007) visar att konsumtion av rött kött kan öka risken med 30 procent för tjock-och ändtarmscancer. Forskning har alltså visat att köttkonsumtion kan vara en bidragande faktor till olika sjukdomar, risken för hjärt-och kärlsjukdomar och vissa typer av cancer tros öka vid för stort intag av chark och rött kött. De ger rekommendationer till att minska sitt intag till 500 gram i veckan.

Det är också viktigt att påpeka att det finns vissa perioder där köttkonsumtionen har gått ner på grund av olika händelser som skett i samhället, så som galna kosjukan,

svininfluensan vilka har kunnat ses som faktorer som påverkar människors konsumtion av köttprodukter. Fast vid dessa tillfällen är det bara en viss typ av kött som valts bort oftast nötkött eller fläskkött. Konsumtionen av fläsk och fågel steg under galna kosjukan då nötköttskonsumtionen sjönk. Dessa händelser hade sitt ursprung i djurhållningen.

#### 2.1.4 Medias roll i samhället

Media är en av de viktigaste informationskanalerna för samhällsfrågor. Det är media som de flesta använder sig av för att få sin information och bild av världen som de själva inte når. Media är alltså ett viktigt verktyg för hur vi samhällsmedborgare uppfattar världen och vad som sker (Strömbäck, 2009 s.127). Trots den stora teknologiska utveckling som skett så spelar fortfarande de traditionella medierna, så som tv, radio och papperstidning, en betydande roll. I Sverige använder 69 procent av befolkningen mellan 9-79 år en dagstidning dagligen enligt Mediebarometerns undersökning från 2012.

*”Medierna bidrar till att definiera verkligheten omkring oss, därmed också till att definiera vilka vi är. De visar fram olika sätt att förstå världen, olika sätt att framställa den – i bild, ljud och skrift – och de lanserar idéer om vad som är viktigt och oviktigt, bra och dåligt...”* (Gripsrud, 2002:17)

Skillnaden mellan morgontidning och kvällstidningen var från början att den förstnämnda trycktes på natten och utkom på morgonen medan den senare trycktes på morgonen och utkom på kvällen. År 2013 syftar de två olika begreppen på den typ av journalistik som förekommer i de olika tidningarna. Kvällstidningar livnär sig på lösnummerförsäljning och inriktar sig mer på sensationsnyheter och skvaller och morgontidningen på prenumeranter (Hadnius, Weibull & Wadbring, 2008).

Vi lever i ett mediasamhälle där medierna sätter dagordningen och påverkar människors val. Individer skapar en uppfattning av världen genom de bilder, texter och symboler som media producerar (Falkheimer & Heide, 2003).

#### 2.1.5 Miljöopinion i Sverige

Miljöopinionen i Sverige har sett olika ut genom tiderna. År 2006 låg miljöfrågan på sjunde plats i en undersökning som gjorts sedan 1987 av SOM-institutet då svenskar tillfrågades vad de ansåg vara viktiga samhällsfrågor. Det var en ökning med 7 procent

från 2004. Den kom då före andra frågor som skatt, ekonomi och EU/EMU (SOM, 2007, citerad i Jagers & Martinsson, 2007).

Jagers & Martinsson (2007) undersöker medias effekter på miljöopinionen i Sverige genom att studera hur intresserade svenskarna är av miljö- och klimatrelaterade frågor och hur de upplever dessa. Syftet med deras studie är att undersöka om miljörapporteringen i media har en effekt på miljöattityder hos befolkningen. Deras studie under ett år 2006 visar att det finns ett visst belägg för att medias rapportering om miljöfrågor påverkar medborgarnas miljöopinion. Detta menar de går hand i hand med dagordningsforskning som McCombs & Shaw (1972) Dearing & Rogers (1996) samt Strömbäck (2000) påpekar att medieutbudets förändring leder till attityd och opinionsförändringar hos folket.

De menar inte att media är lösningen på de miljörelaterade problem som vi har. Men det gick att urskilja att de som media hade lättast att påverka var också de som i undersökningen visade sig redan vara miljövänliga i sina attityder (Jagers & Martinsson, 2007: 285)

## 2.2 Tidigare studier

En tidigare studie som gjorts inom ämnet Köttkonsumtion i media är Carolina Lodeiros kandidat uppsats *En kritisk diskursanalys av debatten om köttkonsumtion*. Uppsatsen skrevs vid institutionen för Kost- och idrottsvetenskap vid Göteborgs Universitet 2012. Den syftar till att granska och analysera debatten om köttkonsumtion i Sverige 2002-2011. För att lyfta fram olika aktörers syn på köttkonsumtion. Studien visade att det är mestadels politiker från miljöpartiet och vänsterpartiet samt personer från olika intresseorganisationer som är aktiva i debatten. Problem som identifieras är att svenskar har en för hög köttkonsumtion och att importen av kött är för hög. Två lösningar till problemet lyfts fram, regleringar med politiska styrmedel så som köttskatt och information till medborgare om problematiken med att konsumera kött som inte är svenskt.

## 3. Teori

Här presenteras det teoretiska ramverk som ligger till grund för studien. Utgångspunkten för detta teoretiska ramverk är att medierna har en påverkan på hur människor uppfattar fenomen och sin samtid.

### 3.1 Opinionsbildning

Opinionsbildning handlar om att ändra människors tankar och beteende till en viss fråga. Opinionsbildningen ligger till viss grund för att kunna göra politiska beslut med stöd från allmänheten (Pettersson, 2010). Det handlar först om att få upp en fråga eller ett ämne på dagordningen, agendan, för att väcka en diskussion och samtal för att sedan påverka opinionen. Genom att skapa en allmän opinion om något så kan förändringar ske, men trots detta så menar Palm (2006) att den bild av den allmänna opinionen som politiker och beslutsfattare influeras av inte alltid behöver stämma med den faktiska opinionen hos allmänheten.

Media har den demokratiska rollen att informera samt att bilda opinion hos samhällsmedborgare. Det betyder att de ser till att de får ta del av information och åsikter för att själva kunna ta ställning till problemet eller frågan. Opinionsbildning är en process som kan skapa individens verklighetsuppfattning, åsikter och värderingar (Sjölin, 1994:150) Den bild som medierna presenterar av verkligheten har en viktig roll när det kommer till opinionsbildning, menar Kent Asp (1986:351).

Medierna får alltså en allt mer betydande roll i opinionsbildningsprocessen eftersom de förmedlar budskap från politiskpartier eller organisationer. Media är inte bara betydelsefull för de som söker information utan också för de som förmedlar den (Nord & Strömbäck 2004: 330).

Att skapa opinion görs genom att få upp en fråga på dagordningen, gör man genom agenda setting.

### 3.1.1 Agenda setting

Teorin om agenda setting menar att massmedia påverkar sin publik i hur viktig de anser att en fråga eller ett problem är. Detta menas med att ju större utrymme en viss fråga ges påverkar medierna, tidningen, sin publik i hur viktig de anser att den är. Ju mer utrymme desto viktigare är frågan. Det betyder att media kan sätta agendan för vad som ska tas upp och påverkar på så sätt sina mottagare, i detta fall, läsare (Balnaves, Donald & Shoemith, 2009). McCombs, Shaw & Weaver (1997) skriver att media inte bestämmer vad mottagaren ska tycka utan vad de ska tänka på och vad som ska diskuteras. Det är alltså relevant att titta på medieutrymmet som köttkonsumtion får och vilken vinkling det ges.

McCombs(2006: 186f) skriver dock att dagordningsmakten som vi vant oss vid de senaste årtiondena kan vara på väg att försvinna i och med uppkomsten av nya informations- och kommunikationstekniker. Det håller på att bli en mångfald inom dagordningen och splittrad uppmärksamhet från publiken som delas upp allt mer i olika grupper. Det är även så att inom de nya medierna så är läsaren med och skapar medieinnehållet och där med också dagordningen. Även fast han gör detta påståande så menar han att det inte alls behöver vara fallet då nyhetssidorna på nätet ofta är sammanlänkade till tidningens pappersformat.

### 3.1.2 Gestaltningsteori

*Framing* kan översättas till inramning, gestaltning eller framställning på svenska. I denna studie kommer jag att kalla det gestaltning så som Strömbäck (2008) gör.

Gestaltningsteorin behandlar hur media framställer vissa händelser och fenomen på ett visst sätt, och hur detta i sin tur påverkar mottagarens uppfattningar om en debatt eller sakfråga (McCombs, Shaw, Weaver, 1997:7).

Enligt Robert Entman (1993:53) innebär gestaltning att välja några aspekter av en uppfattad verklighet och göra dessa aspekter mer framträdande i en kommunikativ text. Gestaltningarna sker på fyra olika platser: hos kommunikatören, i texten, hos mottagaren och i kulturen. Det är kommunikatören, som efter sina egna värderingar och ideologier, skapar en bild av verkligheten. En bild som sedan förmedlas vidare till mottagaren genom artikeln. Gestaltning handlar både om att för läsaren presentera en artikel som

stämmer överens med läsarens världsbild, och att samtidigt försöka framföra en viss sakfråga och en lösning på det. Det i sin tur påverkar opinion och kultur (Entman, 2004).

Många politiker försöker nå ut till pressen med sina budskap eftersom de hoppas att kunna använda den som en hävstång för deras politiska agenda (Entman, 2004).

Mediernas gestaltningar av verkligheten påverkar alltså mottagarnas bild av verkligheten (Strömbäck, 2009:119). Media belyser vissa specifika aspekter, värderingar, problem och uppfattningar:

*”...selecting and highlighting some facets of event or issues, and making connections among them so as to promote a particular interpretation, evaluation and/or solution.”*

(Entman 2004:5)

Media kan alltså genom hur de framställer ett samhällsproblem, typ av rubrik och vad som lyfts fram, skapa en bild som är av betydelse för hur publiken uppfattar artikeln (Entman, 2004:5).

Alla människor tolkar inte information på samma sätt, tolkningsmöjligheterna kan bero på existerande meningsstrukturer och tankesätt (Kosicki & McLeod, 1990). McCombs, Shaw & Weaver (1997) menar att gestaltningsteorin är en förlängning av agenda setting. Den kallas då en andra nivå av agenda setting, då medias bevakning av en fråga påverkar publikens uppfattning om debatten eller sakfrågan.

Journalistikens opinionsbildning baseras på gestaltning. Det journalisterna gör är att genom sina bilder av verkligheten påverka, genom val av ämnen, aktörer, perspektiv och frågor som anses vara viktiga (Petersson, 2010: 116 ). Entman (2003) påpekar att media ramar in information på ett visst sätt när man under en längre tid rapporterar om ett ämne eller händelse för att förmedla en viss bild till betraktaren. Han menar då att läsaren inte behöver mer än vissa ord eller symboler för att förstå vad det är som artikeln belyser.

För att studera gestaltningen av köttkonsumtion i artiklarna, använder jag de fyra egenskaper som en gestaltning innefattar. Först definieras problemet, sedan vad som är detta problems orsak. Tredje steget i ledet är det moraliska och värderingar som är artikelns essens. Fjärde och sista egenskapen är att urskilja om det finns en lösning på problemet (Entman, 1993).



## 3.2 Nyhetsvärdering

Med nyhetsvärdering menas vad som är en nyhet och vad som skapar den.

Verkligheten skildras aldrig exakt som den är i nyheter. Det borde istället ses som sociala konstruktioner då verkligheten inte har några gränser, vilket media däremot har i och med formatet. Detta har att göra med de val som sker på redaktionen hur och vad som ska belysas (Johansson, 2008)<sup>1</sup>.

Om många människor kan tänkas relatera till eller beröras av en händelse eller sakfråga, så är det större chans att den publiceras. Också att det är något som stämmer överens med den agenda som tidningen vill förknippa sig med.

Shoemaker, Chang och Brendelinger (1987) förklarar med en av tre dimensioner vad som fastställer om en händelse eller en fråga blir en nyhet eller inte. Avvikelser är en av dessa dimensioner, där en av de fyra kategorierna som tillhör denna dimension är *eliter*. Med eliter menar författarna en auktoritetsperson som får komma till tals i pressen.

Harcup och O'Neil (2001) har också tio kriterier för en nyhet. Det handlar där om:

1. The Power Elite- Handlar om makteliten, som kan vara personer, organisationer eller institutioner.
2. Celebrity- handlar om kända människor
3. Entertainment- handlar om sex, nöjesbranschen, human interest, djur eller ett utvecklande drama.
4. Surprise- historier som har överraskande inslag eller kontraster
5. Bad News- har negativa övertoner så som en konflikt eller tragedi
6. Good News- har positiva övertoner, någon blir räddad eller botad
7. Magnitude- uppfattas som relevant eftersom antalet människor inblandade är så stort eller händelsen har en stor betydelse för publiken.
8. Relevance – uppfattas ha relevans för publiken, av geografisk eller kulturell närhet.
9. Follow Up- uppföljning av nyhet som redan finns i tidningen.
10. News Paper Agenda- passar tidningens agenda.

(Harcup & O'Neil, 2001)

Punkterna som huvudsakligen användes i denna studies analys är 1,9 och 10.

---

<sup>1</sup> Se vidare under Mediologiken om ramarna för det redaktionella urvalet.

Einar Östgaard (1968) påpekar också att om nyheten återspeglar den åsikt eller uppfattning som individen redan har, är det lättare att identifiera sig själv med nyheten och på så sätt ta åt sig den lättare. För att få en förståelse över hur medierna, i detta fall tidningarna, skapar dessa förståelser internt leder det vidare till teori om medielogik.

### 3.3 Medielogiken

Medielogiken definieras som en kommunikationsform, processen där information förmedlas och på sättet som det kommuniceras (Altheide, 2013:225). Det myntades av Altheide och Snow 1979 och Altheide skriver (2013) att detta fortfarande är ett relevant begrepp i vår snabbt skiftande teknologiska samtid.

Hur journalisterna väljer att framställa verkligheten beror oftast på rutinmässiga inslag vilket leder till att det ofta ser ut på samma sätt (Altheide, Snow, 1979:7ff):

*“Elements of media logic include the distinctive features of each medium (e.g., newspapers, Internet, blogs) and the formats used by these media for the organization, the style in which it is presented, the focus or emphasis on particular characteristics of behaviour, and the grammar of media communication”<sup>2</sup>.*

De berättartekniker som används för att fånga publikens uppmärksamhet är förenkling, tillspetsning och personifiering. Komplexa fenomen förenklas för läsaren och innehållet anpassas efter mediet.

Medielogiken kan förklaras med fyra komponenter. Den första är mediedramaturgi, som innebär regler och överväganden som journalisten gör för att fånga uppmärksamhet. Den andra är Medieformat, som syftar till hur nyheten är lämplig till den arbetsform som mediet har. Den tredje är mediernas arbetsmetoder som är beroende av hur arbetsmetoderna ser ut inom mediet. Mediernas arbetsrutiner, syftar till hur nyheten passar rutinerna som mediet har (Hadenius & Weibull, 2005).

Enligt Strömbäck har medierna berättartekniker som vuxit fram, så att de ska synas i det stora informationsöverskott som existerar. Det finns en förenkling av nyheter som är en del av denna berättarteknik som de använder sig av (Strömbäck, 2000:158). Med förenkling menas att det finns ett begränsat utrymme för journalisten att framställa artikeln på så detta leder till att det inte finns plats med komplexa förklaringar så att det ska få plats i det begränsade artikelutrymme som ges.

---

<sup>2</sup> En ickevetenskaplig fackbok som talar om detta är Ryan Holidays *Trust Me, I'm Lying: Confessions of a Media Manipulator* (2012) som redogör för medielogiken bakom bloggar och internetjournalistik.

# 4. Metod

I detta metodkapitel kommer jag att ta upp val av metod, urvalet som gjorts och redogöra för kodschema, kodning och visa arbetets reliabilitet och validitet.

Tillvägagångssättet kommer kontinuerligt diskuteras och motiveras genom kapitlet.

## 4.1 Val av metod

För att utföra denna studie har jag valt att använda mig av en kvantitativ innehållsanalys. Detta val har gjorts eftersom ett större material ska undersökas och därmed kan den kvantitativa innehållsanalysen bidra med en bättre överblick av materialet och för att sedan kunna analyseras (Esaïasson, 2007).

Eftersom tid och resurser varit begränsade har jag endast valt att använda mig av den kvantitativa innehållsanalysen, det hade dock varit av intresse att göra en mindre kompletterande kvalitativ textanalys för att få en mer djupgående förståelse.

## Den kvantitativa innehållsanalysen

Det är lämpligt att använda sig av en kvantitativ innehållsanalys i denna studie för att undersöka antal artiklar per år samt vilken aspekt som i större drag tas upp mest. Denna metod har varit till hjälp för att kvantifiera materialet efter studiens syfte. Den kvantitativa innehållsanalysen används ofta då texter ska jämföras med varandra eller mönster ska extraheras ur en större mängd texter (Esaïasson, 2007: 223). En metod som denna ligger ofta till grund då man intresserar sig över hur något framställs eller värderas, i detta fall hur köttkonsumtion skildras i svensk dagspress under perioden 2002-2012.

Den kvantitativa innehållsanalysens styrka är att den är effektiv. En stor mängd material blir tillgängligt för analys och för att sedan kunna göra generaliserbara slutsatser. Den bistår med att materialet blir mer överblickbart, organiserat och systematiserat. Detta kan dock kritiserars med att verkligheten förenklas genom att man generaliserar (Esaïasson, 2007). För denna studie så har jag övervägt detta, och anser fortfarande att den kvantitativa innehållsanalysen är en metod som passar studiens syfte och frågeställningar. Vilket på så sätt leder till att jämförelser av tidningar, genrer och tidsperioder kan utföras och studera det generella istället för det enskilda (Ekström & Larsson, 2012).

## 4.2 Urval av tidningar och artiklar

I denna uppsats studeras artiklar mellan åren 2002- 2012 som skildrar köttkonsumtion i Svenska Dagbladet, Dagens Nyheter, Aftonbladet samt Expressen. Urvalet av tidningarna har baserats på att det är fyra rikstäckande tidningar som har stor geografisk spridning, två morgontidningar och två kvällstidningar. Det är tidningar som befinner sig till höger och vänster detta för att kunna se om det skiljer sig beroende på vad det är för typ av tidning och vad för politisk färg tidningen har. Valet har gjorts för att kunna begränsa materialet då det hade blivit för stort urval om alla tidningar i Sverige studerats.

**Svenska Dagbladet** säger sig själva vara politiskt obundna fast med en moderat ledarsida. Detta menar de dock inte påverkar resten av tidningen.

**Dagens Nyheter** beskriver sig själva som en obundet liberal tidning.

**Aftonbladet** en kvällstidning och ägs av Schibsted de beskriver sig själva som en obunden socialdemokratisk.

**Expressen** en obundet liberal tidning<sup>3</sup>.

Materialet har hämtats från medicarkivet *Retriever*. Årtalen har valts eftersom köttkonsumtionen drastiskt har ökat mellan åren 1993-2012 enligt Jordbruksverkets rapport 2012. Men eftersom materialet hade blivit allt för omfattande relaterat till studiens tidsram och omfång valde att använda mig av en tioårs period istället för att undersöka artiklar från 1993 tills 2012. Därför hamnade perioden mellan 2002 och 2012.

För att samla in det mest relevanta materialet för studien har olika sökord prövats ut för att se vilka som varit mest lämpande att använda. En sökning på enbart ordet kött\* utan avgränsning till tidningar gav 31 914 artiklar. Vilket ansågs vara ett alldeles för stort material att studera och skulle handla om köttkonsumtion. När sökningen sedan avgränsades till de fyra tidningar, Aftonbladet, Expressen, Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet hamnade artikelantalet på 23 335. Vilket också ansågs vara ett orimligt antal artiklar för studiens tidsram och resurser.

---

<sup>3</sup> Denna information har hämtats från samtliga tidningars webbsidor.

Det slutade med att ett sökord användes då det annars hade blivit ett för stort material.

- Köttkonsumtion\*

Sökordet anser jag optimera området som ska undersökas. Att sökningen avgränsades till köttkonsumtion\* beror på att jag inte ansåg att jag hade tillräckligt med tid för att gå igenom alla de artiklar som en bredare sökning skulle resultera i.

En sökning på köttkonsumtion\* utan avgränsning till tidningar resulterade i 3982 artiklar. Därför valde jag att avgränsa mig till de fyra största tidningarna i Sverige som har störst geografisk spridning och som skiljer sig i politisk färg samt att det är två morgontidningar och två kvällstidningar.

Då fick jag upp 179 artiklar. Därifrån gjorde jag ett urval av de artiklar som behandlade köttkonsumtion för att nå relevant material. Resultatet slutade på 131 artiklar som alla behandlade köttkonsumtion\*. De artiklar som valts att inte inkluderas i studien har varit artiklar som endast haft med ordet köttkonsumtion och inte handlat om köttkonsumtion i sig och därav inte relevanta för studien. Recensioner av böcker, filmer, album och konserter har också uteslutits från denna undersökning. Sammanlagt uteslöts 48 artiklar från den totala mängden.

### 4.3 Utformning av kodschema

För att kunna svara på studiens syfte och frågeställningar har tio variabler utformats efter dessa för att kunna analysera materialet/artiklarna. Variabler som finns i kodschemat är till exempel tidning, antal artiklar per årtal, gestaltningstyp. Variabelvärden som i sin tur svarar på dessa frågor är Svenska Dagbladet, Dagens Nyheter, Aftonbladet eller Expressen (Esaiasson, 2007).

Variablerna är indelade i tre kategorier. Först behandlas identifikation- och utrymmesvariabler, sedan uppmärksamhetsvariabler för att slutligen behandla innehållsliga variabler.

**Identifikation och utrymmesvariabler:** Variabler 1-2 behandlar vilken tidning och från vilket årtal artiklarna kommer ifrån. Dessa variabler har valts eftersom det är av intresse för studien för att undersöka hur mycket de olika tidningarna har skrivit om

köttkonsumtion samt under vilka årtal dessa artiklar har publicerats för att kunna urskilja mönster i rapportering.

Variablerna 1 och 2 används för att kunna besvara studiens två frågeställningar; Hur framställer den svenska pressen köttkonsumtion mellan åren 2002-2012 samt Finns det någon skillnad mellan tidningarna. Variabel 2 besvarar första frågeställningen genom att visa på hur många artiklar som publiceras under åren 2002-2012 som visar på om det skulle finnas ett mönster i antal artiklar publicerade. Variabel 1 och 2 svarar båda på den andra frågeställningen då de visar på vilken tidning som publicerat mest eller minst artiklar, och om det finns en skillnad mellan årtalen.

**Uppmärksamhetsvariabler:** Storlek, genretyp, i de fyra valda tidningarna. Detta är för att undersöka hur mycket utrymme artiklarna får i respektive tidning. Dessa utrymmes variabler studerar genretyp för att se vart i tidningen artikeln är placerad genremässigt. Är det under ekonomidelen, livsstil, mat eller kultur.

**Innehållsliga variabler:** Är variabler som fungerar som analysverktyg för att se vad det är artiklarna handlar om. De skapar en förståelse för vilken aspekt t.ex etik, miljö eller hälsa som tas upp i artiklarna gällande köttkonsumtion och på vilket sätt artikeln framställs dvs positivt, neutralt eller negativt.

V3, V4 V5 V8, (Esiassion et al, 2007).

De variabler som använts för att göra denna studie återfinns i bilaga 1.

#### 4.4 Kodning av kategorier och benämningar

De olika kategorierna har placerats utefter sin plats i tidningen. Det vill säga, debatt, ledare, insändare, nyheter, kultur, ekonomi och övrigt. Övrigt är artiklar som varit svår definierade vart de funnits i tidningen och därav har jag valt att placera dem i den kategorin det har varit intervjuer, reportage och liknande som varit placerade i olika bilagor och svår definierade utefter kategori.

När artiklarna placeras som positiv eller negativ beror detta på om de framställer köttkonsumtion som något negativt eller positivt. Vilket har berott på artiklarnas underliggande inställning gentemot köttkonsumtion och vilka argument som förs fram.

## 4.5 Genomförande

För att genomföra den kvantitativa innehållsanalysen så har jag fört in variablerna i SPSS för att undersöka möjliga mönster. Det leder till att jag får en bra överblick över hur det har sett ut över en period och kan undersöka vad för gestaltningar som förekommer.

Efter att ha läst igenom materialet insåg jag att det mestadels var artiklar som handlade om en minskad köttkonsumtion. Därför utformade jag vissa variabler som ställer frågor som behandlar en minskad köttkonsumtion (som behandlades i stycket ovan).

På samma sätt som man utför en surveyundersökning kan den kvantitativa innehållsanalysen behandlas, då ett visst antal frågor ställs till texten istället för en person (Ekström & Larsson, 2012).

## 4.6 Validitet och reliabilitet

Validiteten i denna studie är kopplad till genomförandet av den kvantitativa metodens genomförande. Det insamlade materialet och analysen håller sig inom ramarna för studiens problemställning. Det är viktigt för studiens validitet att studien håller sig till det som den ämnar undersöka (Esiasson et al, 2007). Kodschemat utformades utefter frågeställningarna för att besvara syfte och frågeställningarna.

Då insamling och kodning av material har skett konsekvent och smidigt med relevanta variabler (se bilaga 1.) kan det då förutsättas att validiteten på studien är hög.

Vid insamlingen av materialet så testades olika sökord i Medicarkivet Retriever för att se vilket sökord som skulle vara det optimala att använda för denna studie.

Det är viktigt att kodschemat testas innan för att få bästa möjliga resultat om man inte är en van kodare. Om det skulle vara en till kodare så gör man också detta för att se så att man kodar materialet på samma sätt utefter variablerna. Men då jag är ensam är inte detta relevant för mig. Provkodningen genomförs för att se att variablerna och dess värden är lämpliga och inte påverkar reliabiliteten negativt (Esiasson et al, 2007). Efter provkodningen så inledde det riktiga kodningsarbetet.

Till varje artikel ställdes frågor som kan liknas vid hur man utför en surveyundersökning, variabler. Dessa frågor har formulerats så att kodningsarbetet skulle kunna vara konsekvent oberoende vem det är som kodar artiklarna. I detta fall är det endast jag men detta bör vara fallet ändå (Esiasson et al, 2007).

Jag är medveten om att sökorden som använts i denna studie kan ha spelat en större roll till vilket material som blev tillgängligt för mig genom Mediearkivet Retriever. Andra sökord skulle ha varit bra att använda för att få en större bredd på mitt material, men en avgränsning var tvungen att ske för att materialet inte skulle bli allt för stort med tanke på tidsramen för studien.



# 5. Resultat

I detta avsnitt presenteras det empiriska resultat som samlats in via medicarkivet Retriever. Resultatet är uppdelat efter studiens frågeställning. Den första delen besvarar hur svensk dagspress rapporterat om köttkonsumtion mellan 2002-2012. Jag har valt ut fyra variabler utifrån mitt kodschema. Variablerna är genre, artikelstorlek, artikelgestaltning och ämne. Den andra delen svarar på om det finns någon skillnad på de olika tidningarnas framställning. I den första delen tittar jag alltså bara på variablerna över tid och i den andra gör jag en jämförelse mellan tidningarna. Efter båda delarna följer en sammanfattande analysdel för att kunna sammanställa resultatet.

## 5.1 Hur rapporterar svensk dagspress om köttkonsumtion 2002-2012?

Det empiriska materialet är som tidigare nämnts 131 artiklar från Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, Aftonbladet och Expressen mellan åren 2002-2012. Jag presenterar nedan antal artiklar per år för att ge en större överblick över hur materialet har sett ut under hela perioden.

Av tabell 1 framgår att antalet artiklar per år har vuxit markant mellan 2002 och 2012. Mellan 2002 och 2006 var artikelantalet mellan 1 till 5 artiklar per år. Mellan 2007 och 2012 var det däremot mellan 12 och 26 artiklar per år. Under tidsspannets första fem år finns endast 10,8 procent av den totala artikelmängden. Vid en jämförelse av första och sista året i tidsspannet, framgår det att 3,1 procent av de studerade artiklarna är från 2002 och 19,8 procent av artiklarna 2012. Det är också under 2012 som det största antalet artiklar under hela spannet publicerats. Värt att märka är att mängden artiklar dubblerades 2007 jämfört med året innan. Under 2007 publiceras nästan lika många artiklar som under de föregående fem åren, dvs. 9,2 procent. Året efter det dubblas antalet artiklar igen. Det har varit en relativt jämn rapportering sedan 2008 med en viss nedgång 2010 men för att sedan gå upp igen 2011.

Tabell 1. Antal artiklar per år (antal/ procent)

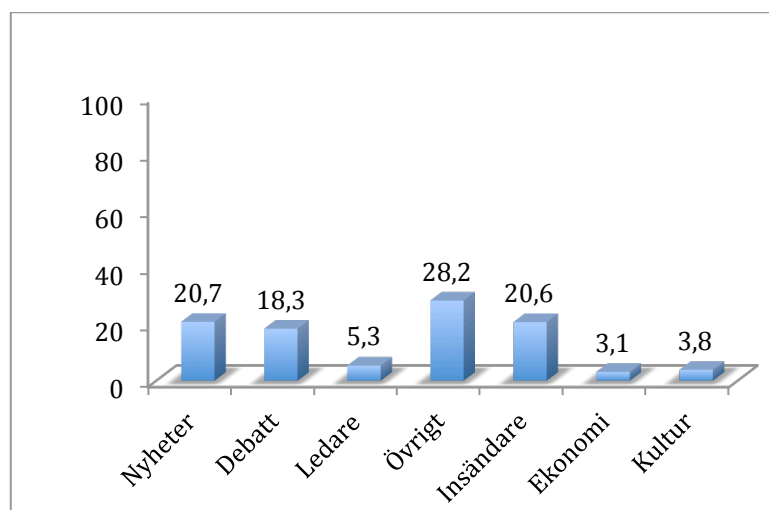
3	Antal artiklar	Procent
10		
2002	4	3,1
2003	1	,8
2004	1	,8
2005	3	2,3
2006	5	3,8
2007	12	9,2
2008	24	18,3
2009	20	15,3
2010	14	10,7
2011	21	16,0
2012	26	19,8
<b>Total</b>	<b>131</b>	<b>100,0</b>

n=131.

### 5.1.2 Vilka genrer tillhör artiklarna?

De genrer som artiklarna om köttkonsumtion oftast förekommer i är övrigt 28,2 procent, nyheter 20,7 procent, debatt 18,3 procent och insändare på 20,6 procent. Övrigt som är den största kategorin innefattar artiklar som varit svår definierade vilken kategori som de tillhör.

Fig. 1. Andel publicerade artiklar inom respektive textgenrer 2002-2012 (proce



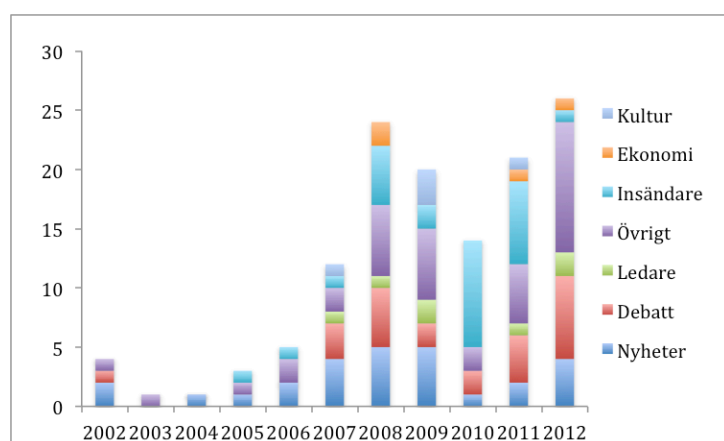
n=131

Det framgår av diagrammet nedan att nyhetsrapporteringen har ökat mellan 2006 och

2009 för att sedan minska under 2010, precis som artikelmängden i sin helhet. Nyhetsrapporteringen har därefter ökat åter ökat under 2011 och 2012. Under 2010 och 2011 när nyhetsrapporteringen var som minst var däremot insändarna i klar majoritet i jämförelse med alla andra genrer. Under 2012 är insändarna däremot en försvinnande liten del.

Under 2002 finns en enda debattartikel. Mellan 2003 och 2006 finns inte köttkonsumtion representerat över huvud taget på debattsidorna. Återigen går det att urskilja en brytpunkt 2006-2007 då köttkonsumtion kommer upp på debattsidorna för att sedan följa samma trend som åren i helhet. Desamma gäller ledare. Kategorin övrigt följer den generella trenden.

Fig. 2. Andel publicerade artiklars genretyp per år mellan 2002-2012 (procent)

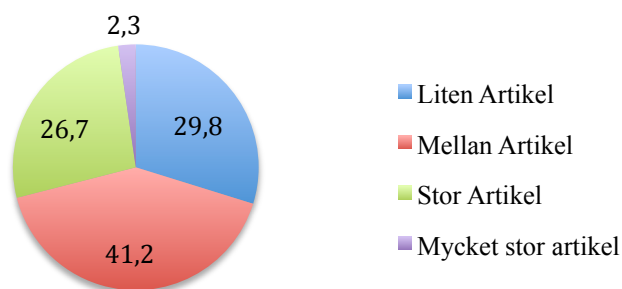


n=131

### 5.1.3 Hur stort utrymme har artiklarna haft?

Den enskilt största delen av artiklarna har varit mellanartiklar (större än 1/4 sida - 1/2 sida) och relativt jämt fördelat under hela tidsspannet med små och stora artiklar.

Fig.3 Artikelstorlek (antal)



n=131

Nedan går det att avläsa att artikelstorleken har blivit allt mer varierad i takt med att den totala mängden artiklar har ökat. De mellan stora artiklarna (större än 1/2 sida-1/1 sida) är de som dominerar över tid. Alla artikelstorlekar är också jämfördelade och följer den övergripande trenden.

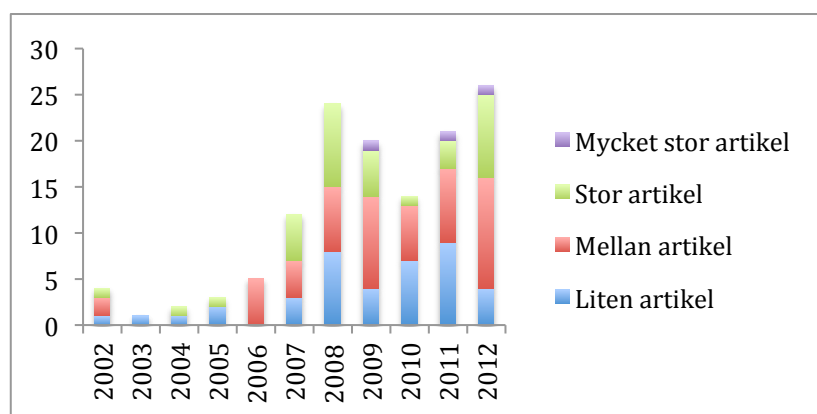
Liten artikel, notis (1/4 sida eller mindre)

Mellanartikel (större än 1/4 sida- 1/2 sida)

Stor artikel (större än 1/2 sida-1/1 sida)

Mycket stor artikel (mer än en hel sida)

Fig.4 Artikelstorlek per årtal (antal)

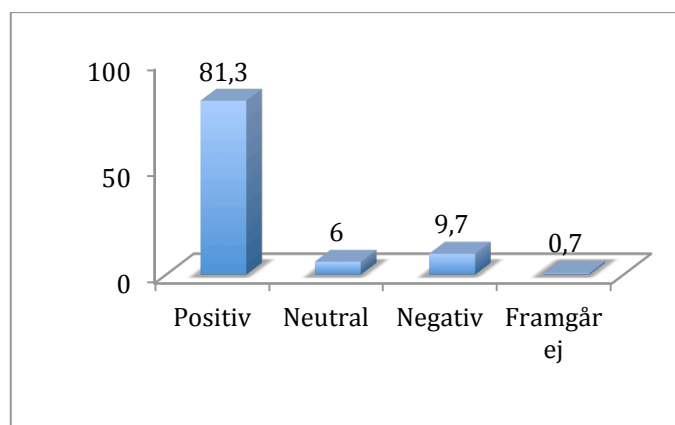


n=131

#### 5.1.4 Hur har artiklarna framställts?

Artiklarna är övergripande positiva. Hela 81,3 procent av artiklarna är positivt inställda till att minska köttkonsumtionen. 6 procent neutrala och 9,7 procent negativt inställda.

Fig. 5 Andel positiva, negativa och neutrala artiklar 2002-2012 (procent)



n=131

Det går att se att det finns en markant skillnad med 109 positiva och 13 negativa artiklar. Skildringen har följt utvecklingen över tid. Det skiljer sig inte heller distinkt mellan åren, vi kan nedan (Tabell.2) avläsa att det är en överlägset positiv bild.

Tabell. 2. Andel publicerade artiklar positiva, neutrala eller negativa publicerade per år 2002-2012 (andel)

Årtal	Positiv	Neutral	Negativ	Framgår ej
2002	2	1	1	0
2003	1	0	0	0
2004	1	0	0	0
2005	2	0	1	0
2006	5	0	0	0
2007	11	0	1	0
2008	18	2	4	0
2009	16	2	2	0
2010	14	0	0	0
2011	21	0	0	0
2012	18	3	4	1
<b>Total</b>	<b>109</b>	<b>8</b>	<b>13</b>	<b>1</b>

n=131

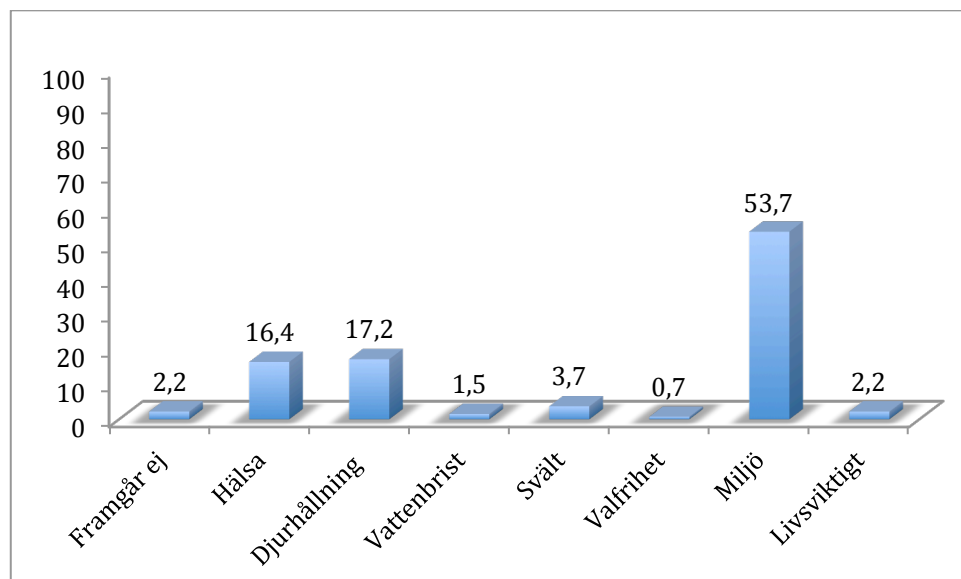
Det framgår också av materialet att de artiklar som är mer positivt inställda till en minskad köttkonsumtion argumenterar med hänvisning till FN:s miljörapport från 2006. De artiklar som är negativt inställda till en minskad köttkonsumtion menar att det inte alls är en minskad köttkonsumtion som behövs, utan att det är transporterna som är problemet. De menar också att kött är en nödvändig del av kosten. De förespråkar närodlat och svensk köttproduktion.

### 5.1.5 Vilket är det huvudsakliga ämnet som behandlas i artiklarna?

Miljö är det ämnesområde som behandlas mest i artiklarna som en orsak till varför köttkonsumtion bör minska. En majoritet av artiklarna 53,7 procent är inom området miljö. Det är följt av djurhållning på 17,2 procent och hälsa på 16,4 procent. Dessa var de tre teman som behandlades mest, andra mindre förekommande teman var svält, valfrihet och livsnödvändigt och dessa låg alla runt 0-4 procent av artiklarna. Jag hade förväntat mig att fler artiklar skulle argumentera för att det är livsnödvändigt att konsumera kött. Det kan bero på att antalet artiklar som var negativt inställda inte var så stort. Det som framkom var dock att de artiklar som var negativa oftast använde som ett argument just

att det är viktigt att äta kött för att få i sig livsnödvändiga mineraler, vitaminer eller protein.

Fig. 6. Andel publicerade artiklars huvudsakliga ämne mellan 2002-2012 (procent)



n=131

### 5.1.6 Sammanfattning frågeställning 1

Det går att urskilja att rapporteringen om köttkonsumtion har ökat betydligt sedan 2002 och sköt iväg ordentligt 2007. Den svenska pressen har varit tydligt positiv till en minskad köttkonsumtion och det går att märka att de artiklar som är positiva ofta hänvisar till forskning och rapporter från FNs miljöorgan. Det går att se att de artiklar som handlar om djurhållning inte handlar om miljöaspekten utan enbart handlar om varför man bör eller inte bör äta kött på grund av etiska och moraliska skäl.

Det är mestadels nyhetsartiklar, insändare, debatt och övrigt som dominerar genremässigt. Det visar att det finns en spridning i hur ämnet diskuteras

### 5.2 Finns det någon skillnad mellan de olika tidningarnas rapportering?

Nedan går det att avläsa att det inte skiljer sig markant mellan de fyra tidningarnas artikelantal över tidsspannet. Dagens Nyheter har publicerat flest artiklar med 31,3 procent. Det skiljer inte markant mellan de olika tidningarna. Med ett större underlag kanske större skillnader skulle framträda.

Tabell 3: Antal artiklar per tidning mellan åren 2002-2012

	<b>Antal</b>	<b>Procent</b>
	<b>artiklar</b>	
<b>Svenska Dagbladet</b>	32	24,4
<b>Dagens Nyheter</b>	41	31,3
<b>Aftonbladet</b>	28	21,4
<b>Expressen</b>	30	22,9
<b>Total</b>	<b>131</b>	<b>100,0</b>

n=131

Rapporteringen över år (se nedan) ser relativt jämt fördelad ut per tidning mellan åren 2006-2012. Det går dock att avläsa att rapporteringen var svag mellan 2002-2006 då det fanns mellan 0-5 artiklar som mest per år. Efter 2006 dubblerades dock antalet artiklar och vi kan se att alla tidningar ökade antalet artiklar som behandlade köttkonsumtion.

Tabell 4: Antal artiklar per år och tidning (frekvens)

Årtal	<b>Svenska Dagbladet</b>	<b>Dagens Nyheter</b>	<b>Aftonbladet</b>	<b>Expresse n</b>	<b>Totalt antal</b>
<b>2002</b>	2	1	0	1	<b>4</b>
<b>2003</b>	0	0	1	0	<b>1</b>
<b>2004</b>	0	0	1	0	<b>1</b>
<b>2005</b>	1	1	0	1	<b>3</b>
<b>2006</b>	2	1	1	1	<b>5</b>
<b>2007</b>	3	3	4	2	<b>12</b>
<b>2008</b>	8	8	3	5	<b>24</b>
<b>2009</b>	5	8	2	5	<b>20</b>
<b>2010</b>	2	3	2	7	<b>14</b>
<b>2011</b>	4	8	5	4	<b>21</b>
<b>2012</b>	5	8	10	3	<b>26</b>
<b>Total</b>	<b>32</b>	<b>41</b>	<b>28</b>	<b>30</b>	<b>131</b>

n=131

Jag jämför tidningarna efter hur många artiklar de publicerat internt för att inte resultatet ska bli missvisande.

Tidningarna är relativt lika i hur de behandlar köttkonsumtion. Majoriteten av alla de artiklar som respektive tidning publicerat är positiva i sin framställning av en minskad köttkonsumtion. Svenska Dagbladet har fler negativa artiklar. Aftonbladet är den tidning som har flest positiva artiklar tätt följt av Expressen. Dagens Nyheter är mest neutrala i sin framställning av köttkonsumtion.

Tabell 5. Antal positiva, neutrala eller negativa artiklar publicerade per tidning (procent)

	Positiv	Neutral	Negativ	Framgår ej
<b>Svenska Dagbladet</b>	68,8	9,4	21,9	0
<b>Dagens Nyheter</b>	82,9	9,8	4,9	0,2
<b>Aftonbladet</b>	92,9	0	7,1	0
<b>Expressen</b>	90	3,3	6,7	0

n=131

Artikelrubrikerna var positiva med en total på 39,7 procent tätt följt av Framgår ej på 36,6 procent.

Nedan är dessa uppdelade för tidning. Där går det att urskilja att alla tidningar är mest positiva i sina artikelrubriker. Det som skiljer sig åt är att Svenska Dagbladet och Dagens Nyheter är mer neutrala och negativa. Medan Aftonbladet och Expressen har betydligt färre antal positiva och negativa artiklar, mindre än hälften i båda kategorierna än de först nämnda. Det som bör påpekas är att alla tidningarna har en stor del Framgår ej.

Tabell 6. Antal positiva, neutrala eller negativa artikelrubriker publicerade per tidning (procent)

	Positiv	Neutral	Negativ	Framgår ej
<b>Svenska Dagbladet</b>	28	18,8	15,7	37,5
<b>Dagens Nyheter</b>	46,3	21,9	7,3	24,4
<b>Aftonbladet</b>	46,4	10,8	3,6	39,2
<b>Expressen</b>	36,7	10	3,3	50

n=131

Svenska Dagbladet har flest antal nyhetsartiklar som behandlar ämnet medan Dagens Nyheter har minst antal nyhetsartiklar. Aftonbladet är dock den tidning som har flest debattartiklar som behandlar köttkonsumtion samt att Expressen är den tidning som har flest ledare som tar upp frågan. Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet ligger lågt i antal artiklar på debatt och ledarsidor. Däremot har Dagens Nyheter ett stort antal insändare som behandlar köttkonsumtion.

Det går att konstatera efter detta resultat att det är i Aftonbladet som det förekommer störst debatt om en minskad köttkonsumtion med 67,9 procent av det egna materialet



medan det gick att urskilja att Dagens Nyheter inte fanns några debattartiklar som behandlade ämnet fast hade störst antal insändare, 41,1 procent.

Tabell 7. Andel publicerade artiklar inom respektive textgenrer per tidning 2002-2012 (procent)

	Svenska Dagbladet	Dagens Nyheter	Aftonbladet	Expressen
<b>Nyheter</b>	43,8	9,8	10,8	20
<b>Debatt</b>	9,4	0	67,9	6,7
<b>Ledare</b>	0	2,4	0	20
<b>Övrigt</b>	25	41,1	21,4	20
<b>Insändare</b>	12,5	31,8	0	33,3
<b>Ekonomi</b>	3,1	7,3	0	0
<b>Kultur</b>	6,3	7,3	0	0

n=131

Miljö är det dominerande ämnet i samtliga tidningar. Det som skiljer tidningarna mest åt är antalet artiklar som behandlar djurhållning. Dagens Nyheter har den lägsta andelen, 9,8 procent. Aftonbladet 14,3 procent. Svenska Dagbladet 21,9 och Expressen 26,7 procent. Det finns en markant skillnad mellan Svenska Dagbladet och Dagens Nyheter i antalet artiklar som behandlar miljö. Andelarna är 43,8 procent respektive 65,9 procent. Aftonbladet 53,6 procent och Expressen 53,3 procent. Inom djurhållning hade Svenska Dagbladet 21,9 procent av sina artiklar, Dagens Nyheter 9,8 procent, Aftonbladet 14,3 och Expressen 26,7 procent.

### 5.3 Sammanfattning frågeställning 2:

Det går inte att märka en större skillnad mellan tidningarna i artikel mängd som de publicerar. Över tidsspannet ser rapporteringen relativt jämn ut från de olika tidningarna. Artiklarna är i huvudsak positiva till en minskad köttkonsumtion. Det som skiljer sig åt är att Svenska Dagbladet har fler negativa artiklar.

Andelen artikelrubriker är mer varierande. Rubrikerna är övergripande positiva med undantag för Svenska Dagbladet som har en större mängd neutrala och negativa rubriker vilket också gäller Dagens Nyheter. Aftonbladet och Expressens rubriker är hälften så negativa och neutrala än de andra.

Debattartiklar är ett dominerande inslag i Aftonbladets rapportering av köttkonsumtion och ledare är dominerande i Expressen. Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet har

mest övrigt, nyhetsartiklar, ekonomi, kultur och insändare. Aftonbladet är den tidning som har minst genrevariation på sina artiklar. Svenska Dagbladet har flest nyheter på 43, 8 procent av alla sina artiklar medan de andra tidningarna har nyhetsrapportering mellan 10 och 20 procent av alla sina artiklar.

## 6. Analys av resultat

I denna del analyseras resultatet som visades i kapitel 4. Kapitlet är uppdelat efter de teorier som presenterades tidigare. Teorierna knyter naturligtvis an till varandra, vilket innebär att gestaltningsteori även kommer att nämnas under rubriken nyhetsvärdering.

### 6.1 Gestaltningsteorin

Det går att avläsa att den svenska pressens rapportering av köttkonsumtion mellan 2002-2012 har varit övergripande jämn i vilket ämne som man belyser och hur de framställs. Miljö har dominerat och artiklarna har varit övervägande positiva.

I materialet är en övervägande del av artiklarna om miljöaspekter. Det innebär att publiken uppfattar den här aspekten som den viktigaste, istället för andra potentiella vinklingar (Entman, 2004:5). Insändarna som är dominerande under 2010 och 2011 är också till övervägande del om miljö och inte i lika hög utsträckning hälsa eller djurhållning. Med tillämpning av Entman (2004:5) så beror det på att läsarna internaliserat miljöaspekten som den viktigaste eftersom det är den huvudsakliga som har erbjudits. Media har alltså genom en tidigare gestaltning skapat och förstärkt denna uppfattning hos läsare som internaliserat miljöperspektivet. Genom att fortsätta denna gestaltning i artiklar, får läsare direkt grepp om vad artikeln handlar om och om de känner igen sig.

Artikelrubrikerna i Svenska Dagbladet och Dagens Nyheter var mer negativa, neutrala och framgår ej än Aftonbladet och Expressen. Även fast de flesta av dessa nämna rubriker tillhör artiklar som är positiva. Det är alltså större variation på artikelrubrikernas framställning än hur artiklarna framställs eftersom de är övergripande positiva. Media kan alltså genom hur de framställer ett samhällsproblem, typ av rubrik och vad som lyfts fram, skapa en bild som är av betydelse för hur publiken uppfattar artikeln (Entman, 2004:5).

När en viss gestaltning väl har blivit etablerad markeras detta av vissa värdeladdade ord så att läsaren känner igen vad texten handlar om och vilken vinkling den har redan i rubrik och ingress. Att artikelrubrikerna skiljer sig från artiklarnas gestaltning kan handla

om att en läsare som är positivt inställd till en minskad köttkonsumtion kan genom vissa värdeladdade ord förstå vad artikeln skall handla om. Medan en läsare som är negativt inställd gentemot att minska köttkonsumtionen inte blir provocerad av artikelrubriken och på så sätt går det att fånga den mer negativt inställda läsaren med. Att det är just Svenska Dagbladet där det går att urskilja det största antalet neutrala rubriker kan bero på att det är en konservativ tidning. Deras läsare är troligen mer negativt inställda till en minskad köttkonsumtion än aftonbladets läsare som är en obundet socialdemokratisk tidning.

Detta får också medhåll från Pettersson (2009:116) som menar att journalistikens opinionsbildning baseras på gestaltning. Det journalisterna gör är att genom sina bilder av verkligheten genom, val av ämnen, aktörer, perspektiv och frågor påverka vad som anses vara viktigt.

## 6.2 Nyhetsvärdering

Många av de positiva artiklarna hänvisar till FNs klimatrapport eller miljögrupp FAOs rapport *Livestocks long shadow* (2006). Detta kan enligt Shoemaker, Chang och Brendlinger (1987) förklaras med en av deras tre dimensioner om vad som avgör om en händelse eller en fråga blir en nyhet eller inte. Avvikelser är en av dessa dimensioner där en av de fyra kategorierna som tillhör denna dimension är *eliter*. Med eliter menar författarna en auktoritetsperson som får komma till tals i pressen. Detta är även en av punkterna i Harcup & O'Neils (2001) tio nyhetskriterier, *The Power Elite*, som refererar till viktiga personer, institutioner eller organisationer. FN är en organisation som kan vi se som en maktelit som är en återkommande aktör i de positivt inställda artiklarna, vilket alltså ger artiklarna nyhetsvärde.

FN som maktelit knyter även an till gestaltningsteorins hänvisning till symboler (Entman, 2003). I gestaltningsteorin blir FN en symbol som gör att en artikel genast är igenkännlig för läsaren. I nyhetsvärderingsteorin tolkas FN istället som en egenskap som ger något ett nyhetsvärde. I den här kontexten skulle man alltså kunna säga att referensen till FN får en ”synergieffekt” genom att både vara en gestaltungsreferens som knyter an direkt till läsaren världsbild och dessutom har ett nyhetsvärde genom att vara en maktelit.

Både gestaltningen som gör en artikel direkt igenkännlig för en läsare och FN som nyhetsvärderingsbyggare kan ses som en betingande del av medielogiken. Medielogiken

gör det nödvändigt att för media och journalisterna att skriva på ett visst sätt som direkt fångar läsarens uppmärksamhet. Det sker genom igenkänning pga. gestaltning, respektive nyhetsvärde genom referens till en maktelit.

Den tionde punkten i Harcup och O'Neils (2001) nyhetskriterier är News paper agenda, det vill säga att sakfrågan har ett nyhetsvärde som passar de idéer som tidningen vill framföra. Då det gick att urskilja en skillnad mellan de olika tidningarna om hur ofta de belyste miljö och djurhållning. Svenska Dagbladet hade 43,8 procent och Dagens Nyheter hade 65,9 procent av sina artiklar som behandlade miljö. Aftonbladet 53,6 procent och Expressen 53,3 procent. Inom djurhållning hade Svenska Dagbladet 21,9 procent av sina artiklar, Dagens Nyheter 9,8 procent, Aftonbladet 14,3 och Expressen 26,7 procent. Dessa skillnader är så pass stora att de rimligen bör bero på ett medveten redaktionellt urval. Även fast dessa tidningar inte har uttalade agenda i dessa frågor. Tre är obundet liberala och en är socialdemokratisk. Det redaktionella urvalet i sin tur gör att tidningarna kommer att fortsätta att presentera händelser utifrån dessa perspektiv.

Artiklarna är relativt lika i sina gestaltningar om köttkonsumtion och liknar varandra på många sätt som nämnts ovan. Det har gått att se att frågan om köttkonsumtion verkar ha blivit mer viktig på agendan sedan 2006/2007 då det verkar ha skett en brytpunkt och rapporteringen dubblerades. Det blev också vanligare att diskutera köttkonsumtion på debatt och ledarsidor, som är opinionsbildande material. Balnaves, Donald & Shoemith (2009) menar på att massmedia påverkar sin publik om hur viktig ett problem eller en fråga är. Ju större utrymme frågan får desto viktigare uppfattar publiken att den är.

# 7. Slutsatser och avslutande diskussion

*I denna del presenteras de slutsatser som studien lett fram till samt en avslutande diskussion.*

En ökning av artiklar som behandlar köttkonsumtion har alltså skett över tid. Det skiljer med 22 artiklar från 2002 till 2012. Och det skiljer med 21 artiklar 2006 till 2012. Det skedde en dubblering i artiklar från och med 2008.

Av resultatet går det att urskilja att det existerar en brytpunkt 2006/2007 i de flesta variabler.

Jag hade förväntat mig ett större antal artiklar med negativ framtoning. Men detta var inte fallet. Övergripande för de artiklar som handlat om köttkonsumtion är att de flesta har haft en positiv gestaltning gentemot en minskad köttkonsumtion. En slutsats jag då kan dra efter att ha genomfört denna studie är att svenskpress överlag har en positiv inställning till en minskad köttkonsumtion och hur det skildrar den. De artiklar som studerats har en klar medvetenhet om att något måste göras och FN:s rapport *Livestocks Long Shadow* (2006) refereras ständigt till som en källa för denna information. De som är mer negativt inställda till en minskad köttkonsumtion menar att det inte är själva konsumtionen av kött som är ett problem utan att det är transportererna som ställer till det.

Det ämne som främst tas upp när det kommer till köttkonsumtion är miljö, tätt följt av hälsa och djurhållning.

Av intresse är att efter 2006 så dubblerades antalet artiklar från föregående år. Under 2007 publicerades också nästan lika stort antal artiklar som mellan 2002-2006. Kan det vara så att FAO:s rapport *Livestocks long shadow* som publicerades 2006 hade ett stort inflytande och ledde till att fler artiklar? Nämnvärt är också att Al Gores film *An Inconvenient Truth* släpptes år 2006 vilket också kanske kan tyda på att 2006/2007 var en brytpunkt i miljörelaterade frågor.

Det finns inga markanta skillnader i hur tidningarna framställer köttkonsumtion. Under tidsspannet publicerade de på ett ungefär lika många artiklar och dessa var av majoriteten av positiv karaktär till minskad köttkonsumtion. Skillnader som gick att utmärka var att

Svenska Dagbladet var den tidning som var mest negativ i sina artikelrubriker. Fast detta beror också på att det inte gick att finna många artiklar som var negativa i sin framställning. Det har gått att avläsa att Aftonbladet har mest ledare som behandlade köttkonsumtion. Dagens Nyheter, Aftonbladet och Expressen hade större antal positivt inställda artikelrubriker än Svenska Dagbladet. Där det gick att se en större andel neutrala och negativa artiklar, vilket också stämde för Dagens Nyheter trots att de hade fler positiva.

## 7.1 Reflektioner kring arbetet

Valet av sökord köttkonsumtion\* kan ha haft betydelse för studiens resultat. Det skulle kunna vara så att ordet köttkonsumtion\* är länkat till den problematik som finns med att konsumera kött och att det är främst då det används. Men det går ändå tydligt att urskilja att det finns en brytpunkt och att köttkonsumtion dyker upp allt i slutet av tidsperioden. Trots denna problematik anser jag att studien fyller sitt syfte och om mer tid funnits hade jag antagligen valt att undersöka kött\* för att nå de artiklar som jag inte fått tillgång till genom att enbart använda mig utav köttkonsumtion. Dock tror jag att kombinationen äta kött\* som sökord hade gett ett liknande resultat. Det är trots allt konsumtionen av kött som jag är ute efter att studera och hur åsikterna ser ut i tidningarna gällande detta.

## 7.2 Förslag på vidare forskning

Framtida forskning skulle kunna fokusera på om det finns skillnader mellan skildringen i de olika medierna. Det hade varit av intresse att göra studien mer omfattande. Genom att utveckla sökord för att kunna täcka ett större fält eller tagit mer en större andel tidningar för att göra större generaliseringar. Mellan landsbygd- och storsstadspress eller jämföra med ett annat land.

Det hade varit intressant att se en kvalitativ forskning genomföras av artiklarna för att göra en mer djupgående studie för att studera hur argumentationen ser ut i artiklarna.

Det har varit intressant att se att det finns en positiv inställning i svensk dagspress till att köttkonsumtionen bör minska. Trots att den faktiska konsumtionen fortsätter att stiga. En ökning som inte kan fortgå om man ska lyssna till FN:s klimatrappporter.

# Referenser

- Altheide, David, Snow, Robert. (1979) *Media logic*. Beverly Hills: Sage publications.
- Asp, Kent. (1986) *Mäktiga massmedier, studier i politisk opinionsbildning* Stockholm: Förlaget Akademitlitteratur AB.
- Balnaves, Mark., Hemelryk Donald, Stephanie & Shoemith, Brian. (2009) *Media theories and approaches, a global perspective* Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Dearing, James. W., & Rogers, Everett. M. (1996). *Agenda-setting*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Djerf Pierre, M. (1996). *Gröna nyheter: Miljöjournalistiken i televisionens nyhetssändningar 1961-1994*. Kungälv: Grafikerna i Kungälv.
- Ekström, Mats; Larsson, Larsåke (red.) (2010) *Metoder i kommunikationsvetenskap*. Lund: Studentlitteratur
- Entman, Robert M. (1993): "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm". *Journal of Communication*. Vol. 43, no.4.
- Entman, Robert.M. (2004). *Projections of Power: Framing News, Public Opinion, and U.S Foreign Policy*. Chicago Ill: University of Chicago Press.  
(Elektronisk resurs)
- Esaiasson, Peter, m.fl. (2007): *Metodpraktikan. Konsten att studera samhälle, individ och marknad*. Stockholm: Norstedts Juridik AB.
- FAO: Castel, V., Gerber, P., de Haan, C., Rosales, M., Steinfeld, H. & Wassenaar, T. (2006). *Livestock's long shadow- environmental issue and options*. Rom: Food and Agriculture Organization of the United Nations. Hämtad den 2013-12-22 från:  
<ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/010/a0701e/a0701e.pdf>



Gripsrud, Jostein. (1999). *Mediekultur Mediesambälle*. Göteborg: Bokförlaget Daidalos

Hadenius, Stig & Weibull, Lennart (2005): *Massmedier. En bok om press, radio & TV*.

Stockholm: Albert Bonniers Förlag.

Hammar, Henrik. & Jagers, Sverker. (2006) Can trust in politicians explain individuals' support for climate policy? The case of CO<sub>2</sub> tax. *Climate Policy*, vol.5, no.6. pp. 613-625

Harcup, Tony & O'Neill, Deirdre (2001). What is news? Galtung and Ruge revisited.

*Journalism Studies*, vol. 2, no. 2, pp. 261-280

Hvitfelt, Håkan. (1985). *På första sidan: en studie i nyhetsvärdering*. Stockholm: Nordstedts tryckeri.

Intergovernmental Panel on Climate Change. (2007). *Climate Change 2007:*

*Synthesis Report*. Hämtad 2013-12-11 från: [http://www.ipcc.ch/pdf/assessment-report/ar4/syr/ar4\\_syr.pdf](http://www.ipcc.ch/pdf/assessment-report/ar4/syr/ar4_syr.pdf)

Jagers, Sverker., Martinsson, Johan., & Nilsson, Andreas. (2009). *Kan vi påverka folks miljöattityder genom information? – En analys av radiosatsningen "Klimatfeber"*. Stockholm: Edita Sverige AB. Hämtad 2013-12-23 från:

[http://www.ems.expertgrupp.se/Uploads/Documents/Hela%20Rapport%202009\\_4.pdf](http://www.ems.expertgrupp.se/Uploads/Documents/Hela%20Rapport%202009_4.pdf)

Johansson, Bengt (2008). *Vid nyhetsdesken. En studie av nyhetsvärdering vid svenska*

*nyhetsredaktioner*. Sundsvall: Demokratiinstitutet. (Elektronisk resurs) hämtad 2014-01-03 från: <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:miun:diva-9250>

Jordbruksverket (2013). *Hållbar köttkonsumtion. Vad är det? Hur når vi dit?* Hämtad 2013-12-21 från:

<http://www.jordbruksverket.se/download/18.5df17f1c13c13e5bc4f800039403/1358765039240/En+hållbar+köttkonsumtion.pdf>

Livsmedelsverket.(2011). *Risker med rött kött och chark*. Hämtad 2013-12-25 från

<http://www.slv.se/sv/grupp1/Mat-och-naring/Maten-och-var-halsa/Cancer/Risker-med-rott-kott-och-chark/>

McCombs, Maxwell (2006). Makten över dagordningen. Om medierna, politiken och opinionsbildningen. Borgå: SNS Förlag.

McCombs, Maxwell, Shaw, Donald L., Weaver, David. (1997). *Communication and democracy: Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda-Setting Theory*. Mahwah New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Publishers.

McCombs, Maxwell. & Shaw, Donald.L. (1972). The agenda-Setting Function of Mass Media". *Public Opinion Quarterly*, vol. 36, no.1

Naturskyddsföreningen.( 2009). *Rapport, Kött är mer än klimat-köttproduktionens miljöpåverkan i ett helhetsperspektiv*. Naturskyddsföreningen. Hämtad 2013-11-20 från <http://www.naturskyddsforeningen.se/upload/press/rapport-kottochklimat.pdf>

Petersson, Olof (2010) *Opinionsbildning*. Stockholm: SNS förlag

Pimentel, David. & Pimentel, Marcia. (2007). *Food energy and society* (3 uppl.). London: CRC Press.

Shoemaker, Pamela J; Chang, Tsan-Kuo & Brendlinger, Nancy (1987) Deviance as a Predictor of Newsworthiness: Coverage of International Events in the U.S. Media. *The communication yearbook*, vol. 10

Strömbäck, J. (2000) *Makt och medier: samspelet mellan medborgarna, medierna och de politiska makthavarna*. Lund, Studentlitteratur.

Svenska Mediehus (2013) Hämtad 2014-01-04 från:

[http://www.dagspress.se/images/stories/TU\\_Svenska\\_Mediehus\\_2013-14.pdf](http://www.dagspress.se/images/stories/TU_Svenska_Mediehus_2013-14.pdf)

Östgaard, E. (1968) *Nyhetsvärdering-massmedia och nyhetsförmedling*, Wahlström & Wikstrand.

World Cancer Research Fund (2007). *Diet and Cancer Report*. Hämtad 2014-12-19 från:[http://www.dietandcancerreport.org/cancer\\_resource\\_center/downloads/chapters/chapter\\_12.pdf](http://www.dietandcancerreport.org/cancer_resource_center/downloads/chapters/chapter_12.pdf)

# Bilaga: Kodschema

Den här kodboken består av de variabler som används i kodningsarbetet i denna uppsats.

Skildringen av köttkonsumtion i svensk dagspress mellan åren 2000-2012.

V1. Vilket årtal är artikeln publicerad?

1. 2000
2. 2001
3. 2002
4. 2003
5. 2004
6. 2005
7. 2006
8. 2007
9. 2008
10. 2009
11. 2010
12. 2011
13. 2012

V2. Vilken tidning är artikeln publicerad i?

1. Svenska Dagbladet
2. Dagens Nyheter
3. Aftonbladet
4. Expressen

V3 Storlek på artikeln?

1. Liten artikel, notis (1/4 sida eller mindre)
2. Mellan artikel (större än 1/4 sida- 1/2 sida)
3. Stor artikel (större än 1/2 sida-1/1 sida)

4. Mer än en hel sida

V4. Vilket utrymme får köttkonsumtion i artikeln?

1. Mycket litet utrymme
2. Litet utrymme
3. Stort utrymme
4. Mycket stort utrymme

V5. Artikelgenre

1. Nyheter
2. Debatt
3. Ledare
4. Insändare
5. Ekonomi
6. Övrigt

V6. Ämnesområde

1. Miljö
2. Hälsa
3. Djurhållning
4. Livsviktigt
5. Svält
6. Vattenbrist
7. Valfrihet
8. Framgår ej

V7. Källa

1. Elitperson/aktör
- 2.

V8. Är rubriken övervägande positiv, neutral eller negativ gentemot en minskad köttkonsumtion?

1. Övervägande positiv
2. Övervägande neutral
3. Övervägande negativ
4. Framgår ej

V9. Är ingressen övervägande positiv, neutral eller negativ gentemot minskad köttkonsumtion?

1. Övervägande positiv
2. Övervägande neutral
3. Övervägande negativ
4. Framgår ej

V10. Är artikeln övervägande positiv, neutral eller negativ gentemot minskad köttkonsumtion?

1. Övervägande positiv
2. Övervägande neutral
3. Övervägande negativ
4. Framgår ej