

# JMG

Kandidatuppsats i journalistik

2020-01-08

Institutionen för journalistik,  
medier och kommunikation

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

## Klimatkrisen volym två

En kvalitativ studie av klimatjournalistik i Sveriges största rikstäckande tidningar Expressen, Aftonbladet, Svenska Dagbladet och Dagens Nyheter

Författare: Markus Aamisepp och Markus Botsjö

Handledare: Mathias A. Färdigh

Kursansvarig: Marina Ghersetti



**GÖTEBORGS UNIVERSITET**  
**JOURNALISTIK, MEDIER OCH KOMMUNIKATION**

# Abstract

Title: Klimatkrisen volym två.

Authors: Markus Aamisepp and Markus Botsjö

Level: Bachelor thesis in Journalism

Term: Fall semester 2019/2020

Supervisor: Mathias Färdigh

Previous research surrounding environmental journalism has shown that it fluctuates heavily over time regarding the amount of medial content being produced on the subject. This phenomenon is, in this field of research, commonly referred to as attention cycles. Studies have shown that in 2007 environmental journalism reached a new peak in Sweden in which the dominating category of the subject was climate journalism. Climate journalism differs from environmental journalism in that it is solely focused on climate where the effects of global warming are central, whereas environmental journalism is a much broader term.

The next year to show a clear peak in the amount of climate journalism being produced in Sweden was 2018. The purpose of our study was to examine if and in what way the medial content during these two years changed. We examined how the problem was presented, which actors appeared in our analysis units and how they were depicted.

The theories taken into account were media logic and framing theory and the method of choice to compare similarities and differences in climate journalism during the years 2007 and 2018 was critical discourse analysis (CDA). Twelve articles from the four biggest newspapers in Sweden were analysed, six articles from 2007 and six from 2018. The results of the study showed that the two years differed in how the “climate crisis” was presented. In 2007 it was depicted as a future problem in 2007, whereas it was as an ongoing crisis in 2018. The results also showed similarities between the years where solutions to the climate crisis are rarely mentioned or explored, and that journalists often make conclusions that are not backed by the statements made by the scientists that are interviewed in the same articles. Our study also finds that climate sceptics are depicted as more confrontative than the advocates of human made climate change.

**Key words:** climate change, attention cycles, environment, media logic, framing theory, discourse

**Nyckelord:** klimatförändringar, uppmärksamhetscykler, miljö, medielogik, gestaltningsteorin, diskurs

# Innehållsförteckning

1. Inledning	4
2. Teori	7
2.1 Medielogik	7
2.2 Gestaltningsteorin	8
2.3 Diskursbegreppet	10
2.4 Teoriernas samspel	10
3. Tidigare forskning	12
4. Syfte & frågeställningar	17
5. Metod	18
5.1 Kritisk diskursanalys	18
5.2 Analysschema	19
6. Material & Urval	22
6.1 Genomförande	22
6.2 Urval	23
6.3 Avgränsningar	23
6.4 Urvalsprocessen	24
6.5 Validitet & Reliabilitet	26
7. Resultat	28
7.1 Kommande respektive pågående klimatkris	28
7.2 Inga lösningar på klimatproblemet	29
7.3 Journalistens tolkande roll	31
7.4 Framställningen av klimatskeptikern och klimatförespråkaren	32
8. Analys	36
8.1 Mest framträdande skillnader	36
8.2 Yrkessjälvständighet	37
8.3 Något måste göras	38
8.4 Konfliktgestaltningen av klimatskeptikern	39
9. Slutdiskussion	42
10. Referenslista	45
Bilaga 1:	48
Analysenheter	48

# 1. Inledning

Klimatfrågan är någonting som på senare tid blivit mer aktuellt för människor i Sverige. 2018 såg vi ökade skogsbränder och en debatt om bensinpriserna. Dessutom har den svenska klimataktivisterna Greta Thunbergs skolstrejker för klimatet präglat svensk och internationell medierapportering.

Rapportering om klimatfrågor har ökat i svenska medier under de senaste åren. Under 2018 publicerades nästan 85 000 artiklar om klimatet i svenska medier, vilket är en ökning med 38 procent jämfört med 2017, och mer än en fördubbling sedan 2014. Detta visar den årliga rapporten *Varmare Klimat – Iskall Nyhet* (Retriever, 2019) som systematiskt undersöker nästan 300 000 artiklar om klimatförändringar i svenska medier.

I snitt publicerades över 230 artiklar om klimatet om dagen i svenska medier under 2018, vilket är det högsta antalet någonsin (Retriever, 2019). Detta har bland annat att göra med att rapporteringen ökade från augusti då den rekordvarma sommaren förde med sig nyheter om skogsbränder och valrörelsen inför riksdagsvalet där klimatfrågor hade en hög plats på agendan. Inte minst blev den storskaliga rapporteringen verklig och praktisk för även nyhetskonsumenter när nyheter om eldnings- och grillningsförbud fanns att läsa om i de flesta medier.

I slutet av 2018 påbörjade även aktivisten Greta Thunberg sina skolstrejker för klimatet utanför Riksdagshuset i Stockholm, vilket växte till att bli en global rörelse under vintern. Sist men inte minst släppte även FN:s klimatpanel sin rapport om att den globala uppvärmningen max får bli 1,5 grader om rätt åtgärder sätts in snabbt, vilket även toppade rapporteringen (Retriever, 2019).

Från att mängden artiklar om klimatet under årets sju första månader legat på 5 200 stycken, ökade snittet till 9 600 under augusti till december (Retriever, 2019). Effekterna av den ökade medierapporteringen om klimatet syntes även hos Sveriges befolkning inför 2019 års EU-val. Enligt en opinionsmätning av Ekot och SVT hamnade miljö, klimat- och energifrågor i topp (Olsson, 2019, 9 april).

Med en sådan kraftig ökning av artiklar i svenska medier är det lätt att anta att förändringen är ett slags historiskt skifte i hur klimat- och miljöfrågan representeras. Men i verkligheten har miljörapporteringen sedan dess mediala genomslag under 1960-talet präglats av så kallade uppmärksamhetscykler (Djerf-Pierre, 2012b).

Detta innebär att uppmärksamheten för miljöfrågor har fluktuerat kraftigt över tid, med tydliga upp- och nedgångar (Brossard et al., 2009; Djerf-Pierre, 2012a). Vad gäller sättet som nyheter om miljön och klimatförändringar beskrivs och gestaltas omskapas också över tid.

Detta eftersom att de politiska, ekonomiska, tekniska och sociokulturella förutsättningarna för journalistiken ändras (Weingart et al., 2000).

Teorin om dessa så kallade uppmärksamhetscykler togs fram av Anthony Downs (1972) i artikeln *Up and down with ecology*. Teorin har sedan bekräftats med ytterligare forskning av bland annat Djerf-Pierre (2012a), som visar att uppmärksamhetscykler inom miljöjournalistik även förekommer i Sverige. Detta syns även i andra länder då bland annat Brossard, Shanahan & McComas (2009) kommer fram till att uppmärksamhetscyklerna inom medieinnehållet om global uppvärmning är tydliga i USA men inte lika framträdande i franska medier.

I studien *When attention drives attention: Issue dynamics in environmental news reporting over five decades* (2012b), av Monica Djerf-Pierre kan man se detta mönster upprepas i SVT:s *Rapport* under en knapp 50-årsperiod. När rapporteringen om miljöfrågor nått sin höjd åtföljs det sedan av starka minskningar i intresse. Detta i form av mindre sändningstid och färre nyheter om ämnet.

Miljöjournalistiken har i flera decennium gått i uppmärksamhetscykler men har enligt Djerf-Pierres (2013) studier inte alltid handlat om klimatfrågan. Tidigare toppar har innefattat andra miljöfrågor som bland annat miljöpåverkan från bomber under Vietnamkriget, Tjernobylnkatastrofen och försurning av hav och sjöar. Miljöjournalistik och klimatjournalistik må låta väldigt lika men det finns skillnader. Klimatjournalistiken handlar just om klimatfrågan och till exempel global uppvärmning och dess konsekvenser som takten arktis smälter. Klimatjournalistik är därför en underkategori till miljöjournalistik (Djerf-Pierre, 2012b). År 2007 var första gången som just klimatfrågan var dominerande i miljöjournalistiken. (Djerf-Pierre, 2013).

I och med att klimatrapporering 2018 var högre än någonsin i svenska medier är det viktigt att ta fenomenet om uppmärksamhetscykler i beaktning. Eftersom att år 2007 vid den tidpunkten hade det högst uppmätta antalet klimatnyheter i svensk public service-TV (Djerf-Pierre, 2013, 2012a) finns det anledning att tolka att samma fenomen tog sig uttryck även i andra medier. Detta enligt teorin om den intermediala dagordningseffekten, vilket innebär att vissa medier är tongivande i att sätta agendan för andra medier. Större centralt placerade medier som just public-service har större resurser och som bevakas av andra verksamma journalister har större möjlighet att sätta agendan för andra medier (Shehata, 2015).

Att jämföra hur artiklarna under det tidigare toppåret 2007 tog sig uttryck med 2018 är relevant för att se om gestaltningen av klimatartiklar förändrats överhuvudtaget. Klimatförändringarnas konsekvenser innefattar bland annat extrema väderfenomen som ger upphov till utrotning av arter och katastrofala konsekvenser för mänskligheten (IPCC, 2014). Det är därför på sin plats ur ett samhällsligt perspektiv att se om det är samma mönster och

ton i klimatrapporeringen under uppmärksamhetsåren för att sedan glömmas bort och återigen upprepas när ännu en uppmärksamhetscykel närmar sig.

Det är även relevant i bakgrund till dagordningsteorin som myntades av Maxwell McComb och Donald Shaw (1972) i början av 1970-talet och analyserar samspelet mellan de frågor som dominerar mediernas nyhetsbevakning och den allmänna opinionen. Här kommer artikelförfattarna fram till att journalistiken påverkar vilka frågor människor anser vara viktiga samhällsproblem. Ett rimligt antagande när man utgår från dagordningsteorin är att den svenska befolkningen inför EU-valet bland annat tyckte klimatfrågan var viktigast efter att ha exponerats för de rekordmånga artiklarna om ämnet året innan.

Utifrån deras studie har alltså medierna makt att påverka vilka ämnen allmänheten har åsikter om, vilket även innefattar ett stort ansvar i klimatfrågan. Inte minst hur den gestaltas. Detta genom att lyfta fram vissa frågor och låta dem dominera den mediala dagordningen. På så sätt får mediekonsumenterna signaler om vad som utgör angelägna samhällsproblem (Shehata, 2015).

Enligt en tidigare rapport om klimatnyheter i svenska medier av Retriever hade antalet artiklar om klimatskepticism mer än tredubblats från 2014 till 2016 (Retriever, 2017) vilket kan ses som ett exempel på polarisering inom området – vilket i sin tur eldar på en uppmärksamhetscykel.

Nyheter om klimat och klimatförändringar är alltså, precis som andra globala problem, ämnen för filtreringsprocesser med gatekeepingnivåer inom de internationella informationssystemen. Med detta innebär att mediegestaltningen formas av en redaktionell urvalsprocess där olika värderingar tar stor plats.

Detta innebär att stora nyhetsorganisationer som Reuters, AP och AFP förmedlar viss information till nyhetsredaktioner världen över. Samma sak gäller de mer framträdande medierna som CNN, BBC world, Al-Jazeera etc., som rapporterar om vissa ämnen, vilket mindre redaktioner sedan förmedlar vidare på en nationell nivå (Shehata & Hopmann, 2012).

Sammanfattningsvis är det intressant att analysera hur artiklar om klimatförändringar under två uppmärksamhetsperioder tar sig uttryck. Detta i och med att klimatfrågan lyfts två gånger med elva års mellanrum, vilket är unikt om man utgår från undersökningarna av Djerf-Pierre (2013). Tidigare har inte uppmärksamhetscyklerna inom miljöjournalistiken haft samma huvudfokus – i detta fall klimatfrågan. Därför anser vi att det är på sin plats att se om artiklarna under respektive år tar sig uttryck på annorlunda sätt då detta är ett utforskat område.

## 2. Teori

För att undersöka hur klimatjournalistik tar sig uttryck i svenska medier använder vi ett teoretiskt ramverk i vår studie som omfattar medielogik, gestaltningsteorin och diskursbegreppet. En redogörelse för begreppen följer nedan.

### 2.1 Medielogik

Teorin om medielogik introducerades först av Altheide och Snow som motiverar begreppet i boken *Media Worlds in the Postjournalism Era* (1991, s. 11) på följande sätt:

“In general terms, media logic consists of a form of communication, the process through which media present and transmit information. Elements of this form include the various media and the formats used by these media. Format consists, in part, of how material is organized, the style in which it is presented, the focus or emphasis on particular characteristics of behavior, and the grammar of media communication. Format becomes a framework or a perspective that is used to present as well as interpret phenomena.”

Med andra ord innebär det alltså att innehållet i ett medium beror på vad som passar deras format. Det är inte nödvändigtvis verkligheten i sig som styr vad medier rapporterar om. Snarare handlar det om mediernas egna behov av uppmärksamhet, yrkesmässiga normer och organisation (Strömbäck, 2015, s. 161). Inom klimatjournalistiken blir detta relevant för att förstå vilka bakomliggande faktorer som avgör hur nyheterna tar sig uttryck, vilken typ av klimatrapportering som får utrymme och hur exempelvis komplexa forskningsrapporter tolkas av journalister.

Teorin om medielogik har dock kritiserats. Knut Lundby (2009) ifrågasätter i boken *Mediatization: concept, changes, consequences* om medielogik faktiskt kan utgöra ett “format” och menar att det inte är “hållbart att prata om en övergripande medielogik” (Lundby, 2009, s. 117). Han menar även att teorin är undanlidande och vagt i och med att det utesluter viktiga faktorer som exempelvis social interaktion mellan olika institutioner och aktörer, som i sin tur kan komma att forma hur journalistik tar sig uttryck. Vidare menar han även att det är oklart vad ordet “logik” hänvisar till.

I studien *Mediatization of Politics: Understanding the Transformation of Western Democracies* (Esser & Strömbäck, 2014) redogör artikelförfattarna hur medielogiken är formad av tre olika beståndsdelar:

#### **Professionalism**

Professionalismen talar om att journalistik är ett institutionaliserat yrke som skiljer sig från andra institutioner. Det finns alltså en yrkessjälvständighet som motverkar påverkan från

andra aktörer. Det finns även tydliga professionella normer, värderingar, regler och rutiner bland journalisterna. Dessa hjälper att förstå vad som utgör nyheter och vad som är viktigt när man väljer ut nyheter. En tredje aspekt av professionalism är kravet att tjäna allmänintresset genom att förse nyhetskonsumenter med den information som är nödvändig för att vara fri och en slags "fjärde statsmakt".

### **Marknadsorientering**

Delen om marknadsorientering redogör hur de flesta medier är kommersiella organisationer, vilket är någonting som präglar samtliga processer i nyhetsproduktion, nyhetsval, samt hur nyheter presenteras. Marknadsorienteringens roll är alltså att förse nyhetskonsumenter med innehåll som är ekonomiskt gynnsamt för medierna själva. Detta innebär nyheter som är billiga att producera, innehåll som många människor kommer att läsa samt sådana som lockar grupper som annonsörer är intresserade av.

### **Medietekniker**

Detta redogör hur teknik som används i syfte för kommunikation formar innehållet i produktionsprocesser. Varje typ av medieteknik lägger press på nyhetsmedier att anpassa sig till och utnyttja dessa på bästa sätt. Vare sig det gäller att fokusera på visuella effekter inom television, ljud inom radio eller layout i tidningar anpassas innehållet efter det tekniska formatet.

Vi kommer att ta hjälp av medielogiken för att förstå vilka institutionella normer och värderingar som avgör hur klimatjournalistiken tar sig uttryck. Denna teori kommer att hjälpa oss att tolka eventuella bakomliggande faktorer som utgör en klimatartikel och se potentiella samband mellan undersökningsåren.

## **2.2 Gestaltningsteorin**

Den grundläggande premissen bakom gestaltningsteorin är att olika frågor kan ses ur flera olika perspektiv (Chong & Druckman, 2007). Vi använder oss ständigt av olika gestaltningar när vi kommunicerar med andra och när vi bildar egna åsikter. Ett exempel skulle kunna vara två personer som debatterar om en hatgrupp ska få demonstrera på en stads gator eller inte. En person kan gestalta frågan ur ett yttrandefrihetsperspektiv och argumentera för att gruppen ska få demonstrera för att det är en del av deras yttrandefrihet. En annan kan ställa sig emot detta och istället gestalta frågan i form av att det är en risk för allmänhetens säkerhet (Chong & Druckman, 2007).

Medier använder sig av olika gestaltningar för att organisera verkligheten som de rapporterar om. Sådana är förutsättningarna för nyhetsrapporteringens format. Man har inte tid eller plats för att lyfta varenda perspektiv kring en nyhet och det är omöjligt att inte välja att gestalta frågan alls.



De tydligaste exemplen på gestaltningar kan ses hos politiker som ofta kan ta ett helt annat perspektiv på en fråga gentemot sin motståndare. Detta efter noggrant övervägande vilken typ av gestaltning som kommer tilltala publiken mest. De flesta studier om gestaltningar förutsätter att det är "eliten" (politiker, media, experter och opinionsbildare) som kommunicerar ut frågor genom olika gestaltningar med publiken i åtanke. Men det sker också en kommunikation åt andra hållet där publiken ger sin respons på gestaltningen och aktörerna anpassar sig efter det (Chong & Druckman, 2007).

Inom gestaltnings-forskningen försöker man ofta undersöka hur mediernas gestaltningar påverkar allmän opinion (Chong & Druckman, 2007). Här är det viktigt att poängtera att det inte är det vår undersökning handlar om. Vi vill endast undersöka den eventuella förändringen alternativt status quo i hur journalistiken om klimatfrågan tar sig uttryck i svensk journalistik mellan år 2007 och 2018.

Inom forskningen kring klimatrapporteringen är gestaltningsteorin en av de vanligaste teorierna. Man tittar på hur vissa frågor ges utrymme och vissa inte samt vilka ramar medierna sätter kring olika tolkningar om klimatförändringar. Vilka aktörer som tas upp och får uttala sig är också intressant (Djerf-Pierre & Olausson, 2015). Att gestalta klimatförändringar har visat sig svårt för medierna och ett exempel på detta är valet av bilder. Eftersom det är så svårt att bildsätta klimatförändringar har man valt att visa upp dess förmodade anledningar och konsekvenser. Exempel på detta kan vara bilder på rykande skorstenar, islossningar och hotade isbjörnar. Det är först på senare år man börjat analysera användandet av denna typ av bilder som duggat tätt i media (Djerf-Pierre & Olausson, 2015).

Eftersom vi valt att undersöka fyra kommersiella medier och ingen public service finns också ett gemensamt ekonomiskt incitament med i valet av gestaltningar från medierna – något som är bra att ha med sig under analysen. Gestaltningsteorin blir relevant för oss då vi får en förståelse att det ligger i berättandets natur att sätta en nyhet inom en ram för mottagaren ska kunna förstå den. Gestaltningsteorin och medielogiken hänger ihop i och med att medielogiken ligger bakom varför medier väljer vissa gestaltningar. När en journalist som ska rapportera om klimatfrågan, en klimatrapport eller en klimatrelaterad händelse ställs denne inför flera val angående vilka aspekter som ska fokuseras på och hur artikeln ska vinklas. Journalisten måste alltså välja om nyheten ska gestaltas från perspektivet av vilka konsekvenser klimatförändringarna kommer ge, vems fel det är, vad som behöver göras och så vidare. Vilken vinkel och gestaltning som journalisten väljer påverkas av de tre delarna inom medielogiken, alltså professionalismen, medieteknikerna och marknadsorienteringen. Om gestaltningarna har förändrats eller är de samma i svensk klimatjournalistik mellan år 2007 och 2018 är vad vi ämnar att undersöka.

## 2.3 Diskursbegreppet

Enligt Peter Berglez (2019) finns det två olika aspekter i diskursbegreppet – institutionell kunskapsproduktion och tvärinstitutionella processer. I denna studie kommer vi att utgå från att en diskurs definieras att vara en institutionell kunskapsproduktion. Det innebär att institutioner som vetenskapen, medicinen eller medierna utvecklar kunskap vilket sedan etableras i samhället genom att rutinerna inom ämnena upprepas om och om igen.

Det etableras en slags expertiskunskap inom institutionerna som definierar vad som exempelvis är legitimt och icke-legitimt – vilket etableras genom språkanvändning (social interaktion, prat, skrivande av dokument etc.).

Berglez menar alltså att diskursen är allt som sägs, görs och skrivs inom en institutionell sfär. Det som då blir relevant och viktigt att uppmärksamma är relationen mellan det som är inom och utom diskursen dvs. det som exkluderas (Berglez, 2019, s. 232).

I och med att vår studie ska undersöka klimatnyheter kommer vi att betrakta dessa som ett resultat av en medial institution som sprider institutionell kunskapsproduktion. Detta i och med att medier, precis som andra institutioner, har särskilda rutiner och regler för att förmedla kunskap. Mediekonsumenterna förväntar i sin tur dessa rutiner och medierna fortsätter att upprepa dem.

Vi kommer dock inte att tillämpa diskursbegreppet som en teori i vår analys då vi ser gestaltningsteorin och medielogiken som mer centrala för att förklara våra kommande resultat. Diskursbegreppet presenteras i detta avsnitt för att få en djupare förståelse för vår metod – alltså kritisk diskursanalys.

## 2.4 Teoriernas samspel

Samtliga av teorierna är relevanta för vårt ämne i och med att de undersöker vilka institutionella faktorer och traditioner som utgör hur klimatartiklar gestaltas och tar sig uttryck. Samtidigt kan vi inte bortse ifrån att de påverkar och i vissa fall begränsar varandra.

Diskursbegreppet går till exempel inte alltid hand i hand med medielogiken. Vad diskursbegreppet innebär är att det finns en medial institution som definierar vad som är legitimt och inte genom språkanvändning. Medielogiken menar i sin tur att innehållet påverkas av mediernas egna behov och vad som passar deras format. De går alltså emot varandra genom att en diskurs innebär en slags verklighet som medierna konstruerar, medan nyhetsrapporteringen enligt medielogiken i första hand utgår från en medieanpassad verklighet – alltså rapportering utifrån sina egna behov.

Mediologiken begränsar även mängden av olika gestaltningar som journalisten kan välja att utgå ifrån i sin rapportering. Medierna kan inte ta upp alla olika perspektiv och vinklar som privatpersoner kan göra i sin vardagliga kommunikation. Detta på grund av mediernas format, de etiska spelregler man måste förhålla sig till samt de andra aspekterna av mediologiken som marknadsorientering där materialet måste vara utformat på ett sätt som gör att folk vill konsumera det.

När det gäller gestaltningsteorin och diskursbegreppets relation till varandra har den förstnämnda teorin mer utrymme till flexibilitet. Diskursbegreppet innebär istället att den mediala institutionen har särskilda rutiner och regler för att förmedla en mer konstant kunskap – alltså allt som sägs, görs och skrivs inom den mediala sfären (Berglez, 2019, s. 232).

### 3. Tidigare forskning

För att kunna välja en lämplig forskningsmetod och identifiera en forskningslucka har vi tagit inspiration från och gått igenom flera studier som undersökt hur miljö- och klimatjournalistik tar sig uttryck mellan olika tidsperioder.

#### **Rapporteringen om klimatet unikt**

Studien *Framing Climate Change* av Shehata & Hopmann (2012) undersöker hur nyheter om klimatförändringar förändrats över tid och kommer fram till att rapporteringen om internationella nyheter är starkt påverkade av stora nyhetsorganisationer som AP, AFP och Reuters. Studien undersöker hur inhemska politiska faktorer påverkar nationella nyhetsorganisationers klimatrapportering i Sverige och i USA.

Här motiverar de hur den journalistiska professionen blir allt mer lik i västerländska länder med vedertagna normer, rutiner och traditioner. Detta kopplas ihop med hur redaktionerna rapporterar om vad de stora internationella nyhetsorganisationerna väljer att skriva om.

Detta gör rapporteringen om klimatförändringar unik, menar artikelförfattarna. Vilket även kan förklaras med att det finns konsensus inom forskningen om ämnet och tillgängligt material man kan ta del av som offentliggörs av nyhetsorganisationerna som utfärdats av Förenta Nationernas Klimatpanel (IPCC).

Det innebär i sin tur att alla reportrar och redaktioner i världen oftast haft tillgång till samma information vid rapportering om internationella klimatnyheter, vilket gör att ämnet rapporteras om på liknande sätt av samtliga redaktioner (Shehata & Hopmann, 2012).

I bakgrund till denna studie och vetenskapen att tidningarna i stort sett haft samma källor i form av klimatrapporter ger det oss möjlighet att vidare kunna fokusera på de språkliga faktorerna i texterna istället för ta dess eventuellt varierande källmaterial i beaktning.

#### **Klimatjournalistik och medielogik**

I en annan studie av Peter Berglez *Inside, outside, and beyond media logic: journalistic creativity in climate reporting* (2011) undersöker han genom intervjuer hur 14 svenska klimatjournalister hanterar klimatrapportering i relation till medielogik – alltså hur ett mediums innehåll beror på vilket innehåll som passar deras format, organisation, yrkesmässiga normer och behov av uppmärksamhet (Altheide & Snow, 1991).

De intervjuade journalisterna menade att klimatjournalistik, precis som annan rapportering, förhåller sig till medielogiken. Berglez kommer fram till att journalisterna måste “tänka hårt” inom medielogikens ramar för att veta hur man ska hantera klimatjournalistik:

“På ett journalistiskt sätt är det ganska intressant för att det innehåller så mycket drama. Den stora katastrofen. Det finns en narrativ dramaturgi som attraherar väldigt många, och det är möjligt att leverera jävligt många artiklar eftersom att rapport efter rapport hamnar på mitt bord som domedagsprofetior”, säger en av de intervjuade.

“Du måste hitta nyheterna eftersom att många problem inom klimatfältet kan vara luddiga utan konkreta vinklingar. Jag tror att det är bra att man får tävla med andra nyheter och lära sig denna metod”, säger en annan.

Berglez kommer fram till att klimatrappor ter är svåra att översätta direkt till nyheter. Man kan exempelvis inte ta bilder på farliga kemikalier, dessutom är det svårt att göra komplexa forskningsrapporter intressanta för läsaren. Väljer journalisterna i sin tur att sålla ut relevanta fakta för att anpassa klimatjournalistiken till ramarna för medielogiken visas inte den fullständiga bilden av situationen.

Denna artikel är relevant att ha med i vår uppsats i och med att den skildrar hur medielogiken även präglar ämnet som vi kommer att forska kring. När vi läser vårt material har vi med oss att klimatnyheter inte skiljer sig från andra ämnen när det gäller medielogik. Trots att klimatrappor teringen skiljer sig från andra nyheter på många andra vis är de fortfarande ett resultat av redaktionernas format, organisation, yrkesmässiga normer och behov av uppmärksamhet. Detta i och med att journalisterna menar att man måste hitta nyheter och vinklar för att producera klimatartiklar som nyhetskonsumenterna kommer att läsa.

### **Uppmärksamhetscykler**

I och med att vår studie till stor del påverkas av uppmärksamhetscyklernas inverkan på klimatjournalistik och främst hur om journalistiken förändras emellan dem har vi valt att presentera de centrala aspekter i artikeln som först tog upp fenomenet, Anthony Downs *Up and down with ecology - the "issue-attention" cycle* (1972). Downs var den första med att identifiera uppmärksamhetscykler och tar i denna studie fram vilka stadier en uppmärksamhetscykel har. Downs menar att en uppmärksamhetscykel har fem steg:

#### **“The pre problem stage”**

Steg ett är när en oönskad situation existerar i samhället men ännu inte fått någon större uppmärksamhet bland allmänheten. Vid det här stadiet är det bara experter och människor insatta i ämnet som är alarmerade. För många samhällsproblem så är problemet egentligen som störst under den här fasen, innan de uppmärksammas av den större allmänheten. Downs tar upp historiska exempel på detta i USA där problem som rasism och fattigdom var som värst innan allmänheten började “bry sig”. Här skiljer sig klimatfrågan åt då det är ett eskalerande problem där vi snarare bromsar in än stoppar den negativa utvecklingen när vi betar oss mer klimatvänligt.

### **“Alarmed discovery and euphoric enthusiasm”**

Här blir allmänheten uppmärksam på problemet, ofta genom en dramatisk händelse som skakar om. Detta följs upp av en entusiasm för att lösa problemet. Downs tar upp ghettoupproren 1965 i Watts, Los Angeles och 1967 i Detroit som exempel på detta. För att sätta det i en kontext för klimatet och Sverige är ett exempel skogsbränderna som härjade i landet under sommaren 2018. Då blev allmänheten uppmärksam på problemet vilket enligt Downs då bör åtföljas av entusiasmen att lösa problemet.

### **“Realizing the cost of significant progress”**

I den tredje fasen inser allmänheten att en lösning till problemet har ett högt pris. Inte bara finansiellt utan även att stora uppoffringar kommer krävas av allmänheten. Man inser här hur det som orsakat problemet ofta är det som underlättat och gett många människor fördelar i samhället. Downs tar upp bilkörning som ett exempel på detta när man började diskutera utsläpp och hur stora uppoffringar mänskligheten hade behövt göra om man skulle sluta köra bil.

### **“Gradual decline of intense public interest”**

På grund av steg tre så sjunker allmänhetens intresse och man går in i steg fyra. Här kan människor reagera olika. Vissa blir uttråkade av problemet. Vissa förnekar dess existens eftersom det ändå är så svårt att lösa. Detta kan minst sagt ses hos klimatskeptiker som dementerar miljö- och klimatfrågan. Andra blir istället ännu mer motiverade av problemets komplexitet och återgår till steg två.

### **“The post-problem stage”**

Samhällsproblemet har nu hamnat i en form av limbo där det knappt ges någon uppmärksamhet. Fenomenet har dock nu en annan relation till allmänheten när cykeln går hela vägen runt för att återkomma. Ofta har man gjort framsteg som kan komma till hands vid senare tillfälle när problemet återigen belyses i media. När frågan är inne i steg fem och inte får lika mycket uppmärksamhet längre så har befolkningen åtminstone en större medvetenhet än när problemet låg i steg ett.

Vidare menar Downs (1972) att vid tiden av hans författande av artikeln hade miljöfrågan gått in i steg tre och var på väg mot steg fyra. Här är det viktigt att påpeka att Downs syftar på miljöfrågor som luftföroreningar, nedskräpning och försämrad vattenkvalitet. Vi anser dock att hans teorier i lika stor utsträckning kan tillämpas på klimatfrågan. Detta menar även Djerf-Pierre (2012) och Broussard, Shanahan & McComas (2004) tillsammans med många andra som använt sig av hans forskning.

### **Uppmärksamhetscykler i Sverige**

Någon som vidare har studerat uppmärksamhetscykler från ett miljöjournalistiskt perspektiv är Monika Djerf-Pierre. Genom att gå igenom alla Rapports sändningar mellan 1979 och

2009 har hon kartlagt hur mycket sändningstid olika frågor fått över den tidsperioden. I artikeln *The crowding out effect* (2012a) kommer Djerf-Pierre fram till ett flertal slutsatser.

Nyheter om miljöproblem är inte lika ofta ämne för hög medieuppmärksamhet som nyheter om ekonomi och nyheter om krig och väpnade konflikter. Toppar i sändningstid för krig och väpnade konflikter korrelerar starkt med specifika händelser som Falklandskriget 1982, Golfkriget 1991, kriget i Kosovo 1999 och kriget i Darfur och invasionen av Irak 2003. Samma gäller för ekonominyheter som går upp i sändningstid vid finanskriser (Djerf-Pierre 2012a).

När det gäller miljöjournalistiken finns inte samma korrelation mellan händelse och sändningstid. Av de toppar i miljöjournalistik som varit mellan år 1979 och 2009 på Rapport (5 st) så är bara en av dem direkt korrelerad till en specifik händelse vilket är Tjernobylnkatastrofen 1986.

En annan upptäckt Djerf-Pierre gör i *The crowding out effect* (2012a) är att det finns ett samband över hur sändningstiden för miljönyheter går ner när sändningstiden för ekonomi och krigsnyheter går upp och vice versa. Intressant här är dock att ett liknande samband inte finns mellan ekonomi- och krigsnyheter. Eftersom miljöjournalistiken oftast inte präglas av specifika händelser/katastrofer så är den mer mottaglig att bli "crowded out" (undanträngd) när finanskriser och krig och väpnade konflikter uppstår i världen.

I en senare studie *Green metacycles of attention* (2013) tar Monika Djerf-Pierre vidare sin forskning genom att bland annat lägga till observationer från 1961-1969 till sin tidigare forskning. Där introducerar hon begreppet *meta cycles*, vilket skiljer sig från tidigare diskuterade uppmärksamhetscykler introducerade av Downs. Dessa väljer Djerf-Pierre att kalla *single issue cycles*.

När Downs (1972) först introducerade teorin om uppmärksamhetscykler, som sedan kommit att bekräftas av forskare, så talade han om det som nu beskrivs som *single issue cycles*. Med detta menas hur ett enstaka samhällsproblem går igenom de olika stegen av uppmärksamhet i media. När Djerf-Pierre introducerar "metacycles of attention" syftar detta på det större mönstret av hur en kategori av samhällsproblem återkommer i media och hur uppmärksamheten för den kategori av frågor (i detta fallet miljörapportering) går upp i uppmärksamhet, för att gå ned och sedan komma tillbaka igen några år senare. I studien redovisas även siffror som visar hur just journalistiken om klimatförändringar och global uppvärmning ökade 2007, till skillnad från tidigare studier som visat att miljöjournalistiken generellt ökade. Här får vi konkret se att det var just klimatfrågan som var i ropet vilket ger vår undersökning en hög relevans då vi fokuserar på just klimatjournalistiken under de två åren 2007 och 2018 och inte den bredare termen miljöjournalistik som även innefattar, oljeutsläpp, nedskräpning med mera.

Djerf-Pierre (2013) är med och gör vår undersökning relevant eftersom den visar på hur klimatjournalistiken ökade kraftigt 2007 i *Rapport* som är ett framträdande svenskt medium. I och med tidigare presenterad fakta om hur 2018 var ett rekordår för samma typ av journalistik har vi två tydliga nyckelår som tidigare forskning inte analyserat om det finns någon skillnad i hur klimatnyheter tar sig uttryck.

### **Tillvägagångssätt**

Anabela Carvalho och Jacquelin Burgess diskursanalys *Cultural Circuits of Climate Change in U.K. Broadsheet Newspapers, 1985 - 2003* (2005) undersöker hur de brittiska dagstidningarna *The Guardian*, *The independent* och *The Times* porträtterar nyheter om klimatförändringar. Här tar vi inspiration av deras tillvägagångssätt för att analysera vårt material.

Artikelförfattarna sökte på nyckelorden *climate change*, *global warming* och *greenhouse effects* i brittiska databaser för att få fram artiklar som handlade om ämnena mellan åren 1985 och 2003. Sedan snabbläste de sig igenom det stora materialet för att få fram artiklar vars huvudtema var klimatförändringar (som extrema väder) eller hur "lösningar" för klimatförändringar diskuterades.

Artikeln visar hur brittiska tidningars diskurser gällande klimatförändringar ändras beroende på vilka ledande politiker som styr landet samt tidningarnas partiprofiler. I och med att vi inte ska koppla vårt resultat till ideologier väljer vi enbart att ta inspiration av deras tillvägagångssätt. Detta presenteras närmare i metodavsnittet i uppsatsen.



## 4. Syfte & frågeställningar

Vårt syfte med denna studie är att undersöka hur nyheter om klimatförändringar förändrats mellan uppmärksamhetsåren 2007 och 2018 i svensk tryckt press. För att kunna operationalisera forskningsfrågan har vi ställt upp tre huvudsakliga frågeställningar:

- Har tonen i nyheter om klimatförändringar förändrats mellan åren 2007 och 2018?
- Vilka är de huvudsakliga aktörerna i artiklarna under respektive år? Hur gestaltas de och vilka eventuella attribut tilldelas de?
- Vilka är artiklarnas teman?

## 5. Metod

För att besvara studiens frågeställning ska vi använda en kvalitativ textanalys. Detta i och med att vi vill undersöka dolda meningar eller innebörder i vårt material, snarare än att statistiskt verifiera samband (Alvehus, 2013).

Eftersom att vi redan har statistik på andelen klimatartiklar i svenska medier under året 2018 och vetskapen om att året 2007 även var en klimattopp (Djerf-Pierre, 2012a) anser vi att en kvantitativ analys om skillnaden i antal artiklar mellan åren inte är relevant för vårt syfte.

Visst skulle det göra resultatet mer nyanserat om vi själva undersöker den exakta frekvensen med vilket nyheter om klimatförändringar uppträder i svenska medier – alltså genom en kvantitativ metod. Men på grund av att vi vill undersöka mer deskriptiva och detaljerade aspekter i vårt material har vi alltså valt en kvalitativ metod.

### 5.1 Kritisk diskursanalys

En kritisk diskursanalys innebär att man betraktar språket i text och tal som en del av en social praktik. I denna typ av metod förenas samhällskritik och vetenskap genom att texter, dvs. meningsskapande genom tal, skrift eller bilder, förstås som diskurs (Berglez, 2019, s. 226). Diskurs definieras i sin tur vara “språk som social handling” (Wodak & Meyer, 2012, s. 5).

När vi kommunicerar genom språk eller skrift är allt en produkt av det omgivande samhället samtidigt som språket är med och “utgör” samhället. För att då kunna observera språkets sociala dimensioner krävs ett analytiskt fokus på hur texter är inbäddade i olika situationer, institutioner och mer eller mindre “osynliga” strukturer (Berglez, 2019). Det är alltså här den kritiska diskursanalysen kommer in och fångar det som gömmer sig under textens yta genom att analysera de kognitiva, kulturella, sociala, politiska och ekonomiska betingelser för texten. I vårt material ska vi analysera klimatartiklars olika betingelser via denna metod och identifiera eventuella dolda meningar.

Med den kritiska diskursanalysen uppmärksammas hur mediers texter gynnar, förhandlar med, eller motverkar olika intressen och agendor i samhället. Inom fältet finns en stor teknisk variationsbredd, vilket innebär att diskursanalysen är tillämpbar med olika typer av tekniker (Bergström & Boréus, 2005). Två av de mest prominenta forskarna inom den kritiska diskursanalysen är Norman Fairclough och Teun van Dijk (Berglez, 2019, s. 234). Den förstnämnda har sociolingvistiken – alltså gränssnittet mellan språk och samhälle – som utgångspunkt i sina analyser. Medan van Dijk ser det utifrån ett sociokognitivt perspektiv

som grundar sig i kognition – det vill säga inbyggda förståelser och en outtalad relation mellan konsument och producent.

Det dessa två har gemensamt är att båda sammanför teorier om språk och människors användning av det med teorier om samhälle samt makt och påverkan. Fairclough beskriver texter som diskursiva praktiker – alltså som föremål för konsumtion och produktion. På konsumentens sida tar man del av nyheter som individ med unik bakgrund vilket i sin tur påverkar hur man tolkar materialet. Å andra sidan tillämpas professionella och kulturella kriterier på produktionssidan för vad som är relevant eller inte relevant att ha med i texten. På så sätt blir även konsumtionen av texterna förknippad med etablerade rutiner och vanor. Du läser exempelvis serietidningar och en akademisk rapport i olika situationer och på olika sätt (Berglez, 2019, s. 235).

Van Dijk menar istället att exempelvis en nyhetsproducent frammanar kognitiva scheman som konsumenten på förhand är införstådd med. Med andra ord reflekterar inte läsaren över att det finns rubriker eller ingresser med i nyhetsartiklar. Det tas för givet, vilket tydliggör den diskursiva praktiken. Att en nyhetskonsument förstår en text på samma sätt som andra konsumenter så ingår de i en större språk- och samhällsgemenskap – detta kallas för *sociokulturell praktik* (Berglez, 2019).

Vi kommer i vår analys lägga störst fokus på dolda textliga meningar som vi sedan kopplar till våra teorier. Detta innebär alltså att vi inte kommer att koppla de eventuella dolda betingelserna till ideologier – utan istället till medielogiken, gestaltningsteorin och relevant tidigare forskning inom områdena.

## 5.2 Analysschema

Vi har konstruerat ett analysschema enligt det som beskrivs av Peter Berglez i *Metoder i medie- och kommunikationsvetenskap* (2019) samt lagt till egna modifieringar. Schemat bygger på idéer från flera olika diskursanalytiker och definierar exakt vilka dimensioner som ska studeras (Berglez, 2019, s. 237-243). Dessa innefattar fyra olika rubriker som presenteras nedan:

### Makro och mikrotext

Makro: Vilket är textens dominerande huvudtema och vilka delteman finns? Mikro: hur förverkligas textens övergripande mening (globala koherens) mer i detalj. Vilka teman prioriteras?

### Identifiering av aktörer

Vilka aktörer får genomslag för sina agendor/intressen? Vem gör vad för/mot vem i texten? Finns det någon märkbar hierarki mellan aktörerna? Vad gör aktörerna berättigade att yttra sig i vissa situationer?

### Fördjupning av aktörer

Mer exakt hur konstrueras textens aktörer: t.ex. som individer eller kollektiv? Tilldelas de specifika egenskaper och i så fall vilka och hur?

### Språk i detalj

Vilka ord används i olika sammanhang och vilka andra ord kunde ha använts? Förekommer “onödig” information och i så fall på vilket sätt? Kombineras olika stilar eller genrer? Formulerar texten några orsaker eller konsekvenser kring klimatförändringarna?

Mer detaljerad beskrivning av processen presenteras enligt följande fem moment nedan:

#### **Moment 1 – Tematisk struktur**

Det första momentet går ut på att analysera textens tematiska struktur. Här studeras texten ur ett makroperspektiv där vi analyserar det dominerande huvudtemat samt dess delteman. Detta görs genom att först dela upp huvudtemat och sekundära teman. Huvudtemat går att tyda i rubriken och ingressen samt blir väldigt övergripande – alltså artikelns huvudsakliga handling. Det kan vara alltifrån politik och ekonomi till moraliska dilemman som rätt & fel samt patriarkala strukturer. Sekundära teman är i sin tur presentationen av problem, information eller händelser som framkommer senare i texten. Exempel på deltema kan vara citat från experter och tips för vad man kan göra för att klimatkompensera. Dessa rangordnas sedan i en slags tematisk hierarki utifrån var i texten de framkommer. Desto längre ned i artikeln de presenteras, desto längre ned i hierarkin är de.

#### **Moment 2 – Global koherens**

Här analyserar vi enstaka ord, meningar och på så sätt undersöker *hur* texten konstrueras istället för på *vad* som presenteras. Här kommer begreppet global koherens in – vilket innebär textens huvudsakliga mening som ofta syns i rubriker och ingresser som förverkligas förutom textens delteman genom mindre textpartier som hänger ihop logiskt genom argumenteringar, påståenden och beskrivningar. Här tas även nyhetskonsumenten i beaktning – vi kollar på om läsaren behöver förutbestämda kunskaper för att kunna läsa texten. Finns det textluckor som läsaren måste fylla i själv med redan givna kunskaper?

#### **Moment 3 – Identifiering av aktörer**

I moment 3 identifierar vi vilka aktörer som tar plats i artikeln. Vi ser på aspekter som om aktörerna i texten får genomslag för eventuella agendor eller intressen och om detta i så fall är berättigat i relation till huvudtemat. Här undersöker vi även hur de olika aktörerna förhåller sig till varandra och om det finns någon märkbar hierarki mellan dessa. Detta kan ta sig uttryck genom att en viss aktör tilldelas mer citatutrymme än någon som står emot denne. Då hamnar den mer citerade aktören högre upp i hierarkin än de andra.

#### **Moment 4 – Fördjupning av aktörer**

Vår fördjupning av aktörer ser ut som den Peter Berglez presenterar i sin beskrivning av diskursanalys. Vi har dock valt att bortse från det ideologiska perspektivet som går in i analysen av aktörer då det inte är centralt i vårt syfte och frågeställningar. Här analyseras hur aktörer i texten konstrueras. Förekommer de t.ex. som individer, grupper eller större kollektiv? Hur personorienterad är beskrivningen av aktörer? Riktas kritik mot enskilda personer som representerar en organisation eller myndighet? Beskrivs aktörerna som individer, grupper eller större kollektiv? Används till exempel en aktörs grupptillhörighet i texten på relevanta sätt eller irrelevanta sätt. Ett exempel på detta skulle kunna vara när man beskriver/nämner en forskare som talar om möjliga konsekvenser för global uppvärmning. Relevanta egenskaper är till exempel vad för forskningsfält forskaren fokuserat på. information kring till exempel dennes privatliv/om denne är förälder eller ej skulle vara mindre relevant. Till sist, tilldelas aktörerna specifika egenskaper och i så fall vilka och hur tas detta fram i texten? Beskrivs någon aktör med ord som fått den att framstå som exempelvis mer aggressiv eller passiv än dess motpart?

#### **Moment 5 – Språk i detalj**

Här tittar vi på vilka ord som används i olika sammanhang och vilka andra ord kunde ha använts. Finns det onödiga eller värdeladdade ord som kunde bytts ut mot andra? Vilka lexikala val gör journalisten i sitt skrivande? Alltså hur kombineras vardagsorienterade ord med "expertord". Finns det några mönster i diskursen hur man använder sig av "expertord" och mer vardagsorienterade ord? Använder man ett mer avslappnat och förenklat språk för att beskriva en aktör eller ett problem men ett mer akademiskt språk när man talar om en annan aktör eller problem? Här analyserar vi också om onödig information förekommer, det vill säga om exempelvis vissa aktörer tilldelas egenskaper som inte har med huvudtemat att göra. Detta syns ibland i sportjournalistik när journalisterna tar upp kvinnliga idrottares familjesituationer. Även hur klimatfrågor beskrivs i termer av orsak, konsekvens och lösningar undersökt i detta moment.

## 6. Material & Urval

### 6.1 Genomförande

Först och främst skapade vi en överblick över vad det fanns för material tillgängligt gällande vårt studieobjekt. Vi hade redan definierat vilka typer av artiklar vi ämnade att undersöka – alltså texter som handlar om klimatförändringar (Djerf Pierre, 2012b). Vi hade även tagit inspiration från Anabela Carvalhos och Jacquelin Burgess (2005) metod att söka på de tre nyckelorden *klimatförändringar*, *global uppvärmning* och *växthuseffekten* för att få fram artiklar som går att analysera i bakgrund till vårt syfte.

Vi började med att söka på ordet *klimatförändring\** på det webbaserade mediearkivet Retriever för att få fram samtliga syntaxer och fick fram totalt 273 166 träffar. När vi sedan kollade på hur mycket av dessa artiklar fanns i våra utvalda tidningar under våra undersökningsår stod Dagens Nyheter för 379 artiklar år 2018 och 301 artiklar år 2007. Svenska Dagbladet hade 302 artiklar år 2018 samt 324 stycken år 2007. Kvällstidningarna hade snäppet mindre material då Aftonbladet hade 145 stycken artiklar år 2018 och 226 stycken år 2007. Expressen hade i sin tur 207 artiklar år 2018 och 130 artiklar som inkluderade ordet år 2018.

Här tog vi moment 1 i beaktning och urskilde huvudtemat från varje artikel genom en snabbbläsning av rubrik och ingress. Såg vi här att artikeln i huvudsak handlade om klimatförändringar inramade för att vara skapade av mänskliga handlingar antecknade vi artikelns namn, hur många tecken lång den var samt skrev vad dess huvudtema var. Här såg vi att artiklarna oftast ingick i ett par teman, vilka var politik, ekonomi, prognos/forskning samt konsekvenser. Efter att ha identifierat respektive artikels huvudtema räknade vi ihop hur många av analysenheterna som ingick i schemat. Här kom vi fram till att totalt 74 artiklar ingick i kategorin politik, 18 stycken i ekonomi, 41 stycken under prognos/forskning, även 41 under konsekvenser och totalt 26 artiklar vars huvudtema var något annat än de kategorier vi konstruerade.

Vår ursprungliga tanke var att tillämpa samma tillvägagångssätt på sökorden *global uppvärmning* samt *växthuseffekten* – men efter att vi var klara med urvalet från den första sökningen (*klimatförändring\**) hade vi fått fram 200 artiklar som vi ansåg vara relevanta, vilket vi anser var nog med material att börja undersöka. Ännu ett argument för detta var att när vi testade att söka på de andra orden fick vi fram mycket färre resultat. En sökning på *global uppvärmning\** gav exempelvis bara resultat på 65 artiklar under hela året 2018 på Dagens Nyheter – som jämförelsevis genererade 314 fler artiklar med sökordet *klimatförändring\**. Samma sak gällde sökordet *växthuseffekt\** som enbart visade 25 artiklar på Dagens Nyheter år 2018.

Vi är medvetna om att detta kan sänka uppsatsens generaliserbarhet – alltså att resultat ger kunskap av mer generell karaktär i och med att fler sökord kunde fått fram ytterligare relevanta artiklar att ta i beaktning. Dock är sökordet vi valt att använda det som gett fram en betydligt större mängd artiklar, gav större andel relevanta resultat samt det ord som berör vårt syfte allra mest – alltså hur rapporteringen om klimatförändringar förändrats över tid.

## 6.2 Urval

Genom att identifiera en forskningslucka vad gäller hur klimatjournalistik förändrats mellan två år med hög uppmärksamhet valde vi att fokusera vår studie på tryckt press. Eftersom utvecklingen inom appar och webbtidningar kommit så långt mellan 2007 och 2018 fokuserade vi bara på den tryckta pressen för att det är ett medieformat som inte gått igenom lika mycket förändring. I vår rapport ska vi undersöka Sveriges fyra största rikstäckande tidningar, eftersom att de tillsammans får störst genomslag hos den svenska befolkningens nyhetskonsumenter. Tidningarna är Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, Aftonbladet och Expressen. Sett till deras totala räckvidd i både print och på webben är de Sveriges största tidningar (TU - Medier i Sverige, 2018). Statistiken avser 2017 som helår.

Här är det viktigt att notera att vi inte har som avsikt att undersöka eventuella skillnader mellan morgon- och kvällspress. Vårt syfte är istället att fånga upp en större bild av klimatjournalistikens utveckling i svenska medier överlag under två uppmärksamhetsår. Att undersöka fyra av Sveriges största rikstäckande tidningar, oberoende om de är dags- eller kvällspress, anser vi alltså vara relevant.

Vi valde även att fokusera på text och inte bild i vår analys hur klimatjournalistik tar sig uttryck under åren vi valt ut. Detta i och med att analyser av hur bilder tar sig uttryck kräver andra undersökningsmetoder än de vi ska använda. I denna fråga tar vi även Peter Berglez studie *Inside, outside, and beyond media logic: journalistic creativity in climate reporting* (2011) i beaktning där han beskriver hur klimatjournalistik skiljer sig från andra ämnen. Detta eftersom att man exempelvis inte kan ta bild av farliga kemikalier, vilket skulle vidare problematisera en undersökning av bilder inom ämnet. Ytterligare anledning till att inte utföra en analys av bilder är att verktyget vi använder oss av, mediearkivet, inte alltid har med bilder i artiklarna från varken 2007 eller 2018. Ett sådant bortfall försvårar ytterligare en jämförelse.

## 6.3 Avgränsningar

Genom att identifiera en forskningslucka gällande hur klimatrapporteringen förändrats i hur den tar sig uttryck mellan två tidsperioder måste vi först identifiera vad vi menar med begreppet “klimatnyheter”.

Vi använder oss därför av samma definition för “klimatnyheter” som Monica Djerf-Pierre (2012b) där den gemensamma nämnaren är “nyheter som ramar in för att handla om den negativa påverkan eller risken av en sådan baserad på mänskliga aktiviteter på den naturliga världen, men även de sociala processer och fenomen som berör problemen” (Djerf-Pierre, 2012b, s. 295).

Detta innefattar också forskning, tekniska innovationer, aktivism, protester, politik, beslutstagande, industriell produktion och energifrågor (exempelvis kärnkraft, fossila- och förnybara bränslen). Exempel på artiklar som inte inkluderas är extrema väder (cykloner, skogsbränder etc) som inte är vinklade att vara resultat av mänskliga aktiviteter.

Vi har valt att inte undersöka opinions- eller ledarsidor. Detta i och med att syftet med studien är att analysera huruvida journalistisk rapportering kring klimatet, som bör sträva efter opartiskhet, har förändrats från en uppmärksamhetscykel till en annan. Skulle vi tagit opinionstexter i beaktning skulle inte våra analysenheter vara lika jämförbara i och med att sådana typer av texter enbart förhåller sig till en individs åsikter under en viss dag. Vad en enstaka person tycker skildrar inte hur klimatjournalistiken i helhet ser ut.

## 6.4 Urvalsprocessen

Eftersom valet av metod för vår undersökning var kritisk diskursanalys som kräver repeterad och djup läsning för att analysera texterna valde vi att analysera totalt tolv artiklar. Att analysera fler än så skulle ta alldeles för lång tid och eventuellt dra ner koncentrationen på varje individuell analys.

Med ett urval på sammanlagt tolv artiklar analyserades sex artiklar per årtal (2007 och 2018). De fyra tidningarna (DN, SvD, Aftonbladet och Expressen) representerades därför tre gånger var totalt. Varje tidning representerades därför två gånger ena året och en gång det andra. För att undvika att detta skulle skapa en ojämnhet mellan åren i hur innehållet såg ut så såg vi till att för de båda årtalen fanns tre artiklar från kvällspress och tre från dagspress.

För att även undvika att innehållet skulle vara för påverkat av specifika händelser under åren (till exempel specifika klimatmöten eller bränderna i Sverige under sommaren 2018) så såg vi till att urvalet under båda årtalen var spridd över hela åren. För att detta skulle ses till så tog vi lika många artiklar från varje kvartal. Totalt sett, både 2007 och 2018 inräknat, blev detta tre artiklar per kvartal. Tidningarna placerades utefter kvartal i ett urvalsschema på följande vis:

### 2007

Kvartal 1: Aftonbladet, SvD

Kvartal 2: SvD, Expressen

Kvartal 3: Expressen

Kvartal 4: DN



2018

Kvartal 1: DN

Kvartal 2: Aftonbladet

Kvartal 3: Aftonbladet, DN

Kvartal 4: SvD, Expressen

Urvalet hade vi sedan tidigare bestämt att smalna ned till sökordet “klimatförändring\*” (stjärnan efter ordet ger träffar på varierande böjningar av ordet). Detta hade vi beslutat efter att vi flera tillfällen sett över material i mediearkivet och märkt att “klimatförändring\*” gav fler relevanta resultat än “uppvärmning\*” och “växthuseffekt\*”.

Sedan började grovarbetet i urvalsprocessen där vi sökte på “klimatförändring\*” i mediearkivet och smalnade av till rätt årtal samt rätt kvartal för rätt tidning. Som urvalsschemat ovan visar blev den första sökningen: “klimatförändring\*” från 2007, första kvartalet, Aftonbladet. Därefter skummade vi igenom alla artiklar för att se om artikeln var relevant för vår undersökning, det vill säga om klimatfrågan var ett dominerande tema i texten och om den korrelerade med Djerf-Pierres (2012b) definition av klimatnyheter. Denna process fortsatte för samtliga kvartal och tidningar enligt urvalsschemat.

När detta var klart hade vi totalt 200 artiklar som var relevanta för vår undersökning. Men trots att dessa hade klimatfrågan som ett dominerande tema behövde vi sortera ut en del för att inte jämföra äpplen med päron då artiklarna varierade i vilka andra teman som var framträdande. Tidigare under snabbbläsningen av alla artiklar antecknade vi längden på dem och om det fanns fler teman i texten, till exempel politik, ekonomi eller klimatkrisens konsekvenser. Vi delade därför upp de 200 artiklarna i fem olika kategorier baserat på teman som vi namngav politik, ekonomi, prognos/forskning, konsekvenser och annat. Direkt efter detta slog vi ihop temana prognos/forskning och konsekvenser med varandra på grund av att artiklarna inom kategorierna hade många likheter.

De två teman som dominerade var politik samt forskningsprognos/klimatkonsekvens. Tillsammans tog de upp mer än tre fjärdedelar av materialet. Vi valde att fokusera på dessa två teman dels för att kunna göra jämförelser där artiklarna behandlar samma teman och dels för att kunna behålla bredden som är nödvändig för att kunna kalla undersökningen en jämförelse av klimatjournalistik. Vi hade också märkt under genomgången av materialet att dessa två teman var bäst anpassade på så sätt att de innehöll mer material som svarade på alla frågor i vårt analyschema.

Efter detta gjorde vi ett strategiskt urval för att få lika många av de två artikelkategorierna politik samt forskningsprognos/klimatkonsekvens per årtal och vi valde även artiklar som liknade varandra i vad de handlade om. Vi kunde till exempel nu jämföra två artiklar om klimatmöten med varandra, två artiklar med politiker i fokus, två om forskningsupptäckter och så vidare.

## 6.5 Validitet & Reliabilitet

### Validitet

Begreppet validitet innebär att vi faktiskt mäter det vi påstår att vi mäter och består av två olika definitioner. Dessa är begreppsvaliditet och resultatvaliditet. Det förstnämnda beskriver att det finns frånvaro av systematiska fel i operationaliseringen av frågeställningen. Resultatvaliditet är i sin tur en blandning av begreppsvaliditeten i kontrast till reliabiliteten. Det kan även uttryckas som att frånvaro av både systematiska och osystematiska fel innebär att det vi mäter faktiskt är det vi påstår att vi mäter (Esaiasson, et al. 2012, s. 57).

För att empiriskt kunna studera hur klimatjournalistik tar sig uttryck i nyhetsmedier under våra undersökningsår behövde vi definiera och avgränsa vad vi menar med begreppet "klimatnyheter". Vi valde därför att använda oss av Djerf-Pierres (2012b) definition där klimatnyheter baseras på negativa mänskliga aktiviteter på den naturliga världen.

Vi valde ut samtliga artiklar tillsammans och när vi sedan skulle låta dem underkastas tolkning tillämpade vi vårt analyschema där samtliga begrepp motiveras under våra fem moment. För att få så god begreppsvaliditet som möjligt testade vi schemat några gånger för att se om vi kom fram till samma saker. Då kontrollerade vi även att momenten i analyschemat faktiskt svarade på vår frågeställning. I och med att de olika momenten svarar på artiklarnas huvudtema, vilken ton de har samt vilka aktörer tilldelas vilka typer av egenskaper menar vi att begreppsvaliditeten är god.

### Reliabilitet

Den andra delen som utgör begreppet resultatvaliditet är *reliabiliteten*. Detta begrepp beskriver frånvaron från slumpmässiga eller osystematiska fel. En kombination av hög reliabilitet och god begreppsvaliditet är med andra ord det som ger god resultatvaliditet (Esaiasson, et al. 2012, s. 63). Detta innebär huruvida våra forskningsresultat är upprepningsbara.

Innan vår undersökning diskuterade vi kring vilka artiklar vi skulle välja bland. Detta genom att enas om ovanstående definitioner om vad en klimatnyhet är samt att vi enbart kommer att välja bland artiklar inom kategorin "nyheter". Det gjorde att vi som uppsatsförfattare inte gick in i undersökningen med egna förutfattade meningar om vad en klimatnyhet definieras att vara – eller vilket material som faktiskt skulle undersökas. Vi valde sedan även ut artiklarna tillsammans och var därför eniga om materialet.

Eftersom att vi använt oss av en kritisk diskursanalys blir reliabiliteten mer problematisk eftersom att metoden till viss del bygger på tolkning (Alvehus, 2013, s. 22) Faktumet att vi är två stycken som utför den kritiska textanalysen medför även problemet med tolkningsskillnader mellan oss som mätinstrument. För att minimera eventuella

tolkningsproblem konstruerade vi ett analyschema som ämnade att svara på ett par konkreta frågor. För att vidare förstärka vår reliabilitet har vi valt att redovisa våra studiers resultat genom att presentera konkreta exempel ur artiklarna.

Innan vi på varsitt håll började analysera materialet vi delat upp gjorde vi två provanalyser med analyschemat på slumpvalda klimatartiklar. Efter första analysen fick vi fram olika resultat på vissa delar vilket gjorde att vi diskuterade de moment och begrepp som varit mer öppna för tolkning. Under den senare provanalysen fick vi fram mer liknande resultat, vilket vi anser även höjer vår reliabilitetsnivå. Efter vi var klara med att analysera artiklarna vi delat upp hade vi ett seminarium kring varje enskild materialdel där vi diskuterade och motiverade våra resultat.

Aspekten i huruvida resultatet hade blivit detsamma vid upprepade mätningar behöver diskuteras. Vi anser att andra forskare hade fått liknande resultat som oss genom att analysera samma material med vårt analyschema eftersom att vi anser oss ha ett så pass specifikt schema att slutsatserna i stora drag blir de samma oavsett vem som gör analysen. Detta förutsatt att materialet är detsamma. Om urvalet istället hade innehållit tolv andra klimatartiklar som uppfyllde våra kriterier så hade det lett till en annan diskussion. Här sjunker därför reliabiliteten till viss del eftersom att typen av aktör som medverkar i artikeln och vilken händelse som behandlas har en väldigt stor påverkan på analysresultatet.

Här tas även frågan om tidningar i beaktning. Vi valde att analysera fyra av Sveriges största rikstäckande tidningar efter upplaga som får störst genomslag hos den svenska befolkningen. Urvalet var alltså inte ett resultat av egna preferenser – utan istället det som vi anser representera den svenska mediebilden bäst.

## 7. Resultat

Vi ska nu med hjälp av de fem moment vi använt oss av i analys-schemat presentera resultatet av de 12 artiklar vi analyserat. Hälften av dessa är publicerade 2007 och hälften 2018 i tidningarna Aftonbladet, Expressen, Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet.

Här kommer vi att presentera och identifiera intressanta diskursiva problem och tendenser. Vi har tagit fram dem genom de fem moment i vårt analys-schema som vi presenterat i uppsatsens metoddel och lyfter fram det vi anser vara intressant och relevant för vårt syfte.

### 7.1 Kommande respektive pågående klimatkris

Ett av de återkommande diskursiva teman vi har urskiljt i vårt material är att i artiklarna från 2007 behandlas "klimatkrisen" mer som ett framtida hot till skillnad från 2018 där samma fenomen ses på som något vi befinner oss i just nu. Denna genomgående trend har vi kommit fram till genom analys-schemats femte moment där vi undersöker språk i detalj samt det första momentet där vi identifierar huvud- och deltema. Klimatfrågans tidsliga tendens tar sig bland annat i uttryck i DN-artikeln *Bevare oss om permafrosten smälter* från 2007, som med hjälp av en forskare redogör vad som kan hända med klimatet om den sibiriska permafrosten skulle smälta.

"Den yvigt skäggprydda forskaren tror att det fortfarande finns en chans att stoppa den process som han blivit en världsauktoritet på att förutspå"

Detta innebär alltså att smältprocessen är förutspådd, men att den kommande katastrofen fortfarande går att undvika. Samma tendens kan vi se i Svd-artikeln *Tuffa beslut krävs för att avvärja klimathotet* från 2007 som behandlar en FN-rapport om att det går att få ned utsläppen med politisk enighet. I exemplet nedan förklaras det vad som kan göras för att förhindra att jordens medeltemperatur inte stiger med mer än två grader:

"För att klara det måste dock de sammanlagda globala utsläppen börja minska redan år 2015, konstaterar IPCC. De trender som råder nu måste brytas. Om inga nya styrmedel och åtgärder sätts in förutspås utsläppen öka till 2030 med 25 till 90 procent."

I Svd-artikeln *Klimatet hett i Davos* från 2007 ser vi subtila exempel i hur textförfattaren formulerar sig samt mer uppenbara exempel i hur aktörerna uttalar sig vad gäller hur man ser på klimatkrisen som ett framtida problem. Rubriken lyder "Klimatet hett i Davos" och ingressen avslutas med "klimatförändringen har blivit den, utan konkurrens, hetaste frågan". Den lilla medvetna eller omedvetna ordleken (global uppvärmning gör jorden varmare och klimatet är en het fråga) säger något om att det fortfarande finns en distans till klimatförändringarna. Frågan är inte av en brådskande karaktär. Detta syns även i uttalanden

från textens aktörer. En av dessa är den tyska förbundskanslern Angela Merkel som ställer sig bakom EU:s utsläppsmål till 2020, (som vid tillfället är 13 år bort) förutsatt att USA gör liknande. Den indiska företagsgruppen Bharti Enterprises som representeras av styrelseordföranden Sunil Bharti Mittal säger att de är “beredda att dra sitt strå till stacken. Men vi kommer inte gå med på att bli en slagpåse”. Det finns alltså en väntan på att agera så länge någon annan gör det först. Detta tyder också på att samma distans fanns hos aktörerna (politiker och stora ledare i näringslivet) i hur man talade om klimatförändringarna.

Artiklarna från 2018 behandlar dock oftast frågan annorlunda. Bland annat i DN-artikeln *Tio platser där klimatförändringar slår hårt*, som handlar om vilka platser på jorden som blivit särskilt utsatta när klimatet blivit varmare. “Klimatförändringarna märks redan på alla kontinenter och i haven, med översvämningar, torka, värre oväder, försurade hav och brist på mat och rent vatten.”

Ovanstående mening är alltså ett exempel på att klimatproblemet är någonting närvarande och riktigt. Samma mönster går att se i Aftonbladet-artikeln *Miljöhotet: Snart är det slutfikat* från 2018 som behandlar kaffeindustrins utsatthet gällande klimatförändringar. Vi ser hur journalisten motiverar hur en internationell forskarkår menar att naturkatastrofer blir allt vanligare med den globala uppvärmningen. Han kopplar även detta till en orkankatastrof som drabbade USA:s östkust under veckan artikeln skrevs. Detta är ett argument för att den globala uppvärmningen sker just nu med katastrofer i realtid. En exempelmening på detta är:

”En internationell forskarkår har uttalat sig om att sådana naturkatastrofer kommer bli vanligare med den globala uppvärmningen”. Detta syftar då till orkankatastrofen som hade skett i USA.

## 7.2 Inga lösningar på klimatproblemet

Utifrån det första, andra och femte momentet har vi kunnat se tendenser på att klimatfrågan presenteras som något alarmerande och ett problem som måste åtgärdas. Men exemplifieringar på hur eller vad som ska göras förekommer nästan aldrig i de artiklarna vi undersökt. Här har vi alltså analyserat det utifrån att se vilka huvudteman och delteman tar plats respektive fattas, vilka textluckor som läsaren själv måste fylla i samt lexikala val som journalisten gör.

Ett exempel på detta är i DN-artikeln *Bevare oss om permafrosten smälter* från 2007. Artikeln handlar om hur klimatförändringarna kan smälta den sibiriska permafrosten. Det skrivs här bland annat hur man “bara kan föreställa sig konsekvenserna” om permafrosten skulle smälta. Men det tillskrivs inga lösningar. Vid ett tillfälle får intervjupersonen och forskaren Sergej Zimov yttra sig om detta och säger:

“Det viktigaste just nu är att minimera de globala temperaturhöjningarna. Om genomsnittstemperaturen stiger med mer än fem grader kommer hela permafrosten obönhörligen smälta bort.”

Men hur det ska lösas förekommer aldrig, varken i citat eller reportertext. Denna tendens kunde vi även tyda i artikeln *Värmen slår rekord 2007*, där journalisten motiverar hur intervjupersonen och professorn Sten Bergström menar att vi kommer att få vänja oss vid klimatförändringarna: “Klimatförändringens konsekvenser får vi vänja oss vid.”

I artikeln motiveras det alltså inte heller några lösningar överhuvudtaget. Utan istället förklaras det hur vi kommer att få acceptera klimatförändringarna. Ett liknande exempel på detta ser vi i artikeln Expressen-artikeln *Snart är de borta* från 2007. Klimatfrågan beskrivs i ingressen som ”ett akut hot” och ingressen avslutas med ”Det är bråttom”. Det formuleras även hur gorillan ”kommer att försvinna” men det tillskrivs inga eventuella lösningar eller vad man kan göra mot det akuta hotet.

Detta gäller även artiklarna från 2018 där ett exempel är Expressen-artikeln *Trump kritisk mot klimatforskare: “Stor politisk agenda”* som behandlar en intervju med presidenten Donald Trump i TV-programmet 60 Minutes. Här förklaras bland annat hur klimatförändringarna blir allt vanligare och hur isbjörnar påverkas negativt av dem.

“En internationell forskarkår har uttalat sig om att sådana naturkatastrofer kommer bli vanligare med den globala uppvärmningen.”

Här kan vi alltså även se hur frågan om klimatförändringar presenteras som ett faktum och som en ny slags verklighet. Men hur de kan motverkas förekommer varken i citat eller reportertext.

I artikeln DN-artikeln *Tio platser där klimatförändringar slår hårt* från 2018 ägnar textförfattaren hela artikeln åt att rada upp konsekvenser av klimatförändringarna på olika platser i världen. Men inte en enda aspekt av lösningar eller vad man kan göra för att försöka förhindra eller ens mildra dessa tas upp.

Texten som helhet har en genomsyrande domedagskänsla. Man pratar om infrastrukturer som ”slås ut” i New York, Nigerias livsmedelsförsörjning står för ”enorma utmaningar”, vattnet tar slut i Kapstaden, platser i Mellanöstern bli obebodliga, människor tvingas på flykt och i Stilla havets önationer kan hela kulturer och levnadssätt utrotas.

Klimatförändringarna beskrivs med att de ”hotar” mänskligheten. Fler exempel är: ”Tinande av permafrosten hotar vägar, byggnader...”, ”I östaterna i Stilla havet hotar klimatförändringarna” och även ”Jordbruket hotas av saltvatten som förstör åkrarna.”

### 7.3 Journalistens tolkande roll

Utifrån det femte analysmomentet har vi kunnat se tendenser på att journalisten som aktör tilldelar sig själv en slags tolkande roll. Detta har vi gjort genom att fokusera på vilka lexikala val denne gjort i sina beskrivningar av klimatfrågan.

Under både 2007 och 2018 finns det flera exempel på hur artikelförfattaren använder sig av ord och meningar som i sin tur blir en slags slutsatser. I vissa fall kunde vi genom noggrann läsning utifrån analysen tyda felaktiga påståenden och konklusioner som drar på stora växlar. Dessa samband ansåg vi genomsyra flera artiklar i vårt material och anser därför att det är relevant att belysa.

Ett exempel på detta är från Aftonbladet-artikeln *Värmen slår rekord 2007*, där vi redan i rubriken kunde tyda att vinklingen var dramatiserad, om inte helt felaktig. Detta i och med att det första stycket i brödtexten beskriver att “forskarna säger med 60 procents säkerhet att temperaturerna på jordytan blir de högsta sedan man började mäta 1850”.

Det bekräftas alltså aldrig att året 2007 kommer att bli det varmaste eller slå rekord, utan det enda som förekommer är att det är en sextio procents sannolikhet för det. Här kan vi alltså se hur journalisten, med sina ordval, drar den subjektiva slutsatsen på eget bevåg utan legitimt underlag.

Ännu ett exempel på hur journalisten presenterar fakta utan underlag är i artikeln, *Bevare oss om permafrosten smälter* från 2007. Textförfattaren här skriver bland annat:

“Om magsäckens innehåll börjar röra på sig i form av gaserna koldioxid och metan, kommer växthuseffekten i ett slag att avsevärt förvärras.”

Lite senare i texten framkommer dock intervjupersonen och forskaren Sergej Zimov som istället menar att det finns oklarheter kring detta. Han säger:

“Ingen vet riktigt hur det stora klimatmaskineriet fungerar. Men forskning kring vad som hänt under tidigare geologiska perioder har lärt oss att en global nedkylning alltid går väldigt långsamt, medan en uppvärmning går rasande fort när den väl satt igång.”

Vi menar att samma trend gick att se i artiklarna från det andra undersökningsåret 2018. Exempel på detta är bland annat Aftonbladet-artikeln *Skrämmande hur fort isen brutits sönder* från 2018. Där skriver textförfattaren att “forskarna är starkt oroad eftersom det aldrig tidigare har hänt” angående att stora islager brutits från Arktis. Artikeln berättar om en större islossning som hänt vid en Grönländsk väderstation och man citerar tre forskare angående den här händelsen. Eftersom att textförfattaren skriver att forskarna är starkt

oroade, alltså plural, framstår det som att journalisten talat med eller fått beskrivet för sig hur flertalet forskare faktiskt uttryckt oro. Men av vad som går att utläsa i texten är det bara en av forskarna som uttrycker sig på ett sätt där denne kan tolkas som oroad, vilket är Thomas Lavergne som citeras:

“Skrämmande. Det är omöjligt att säga hur länge vattenytan kommer att vara öppen, men även om den stängs om några dagar är skadan redan skedd - den tjocka gamla isen har knuffats ut till ett område där den smälter”

De två andra forskarna antyder inget sådant i sina citat. Att ”forskarna är starkt oroade” blir alltså missvisande.

De andra två talar mer om ovanligheten i situationen och vad för konsekvenser den kan få. En av de andra forskarna, Torben König, uttalar sig på följande sätt om isen i arktis: “Den är tunnare och reagerar snabbare på förändringar”. Detta är ett konstaterande av hur läget ser ut men König uttrycker inte någon oro över situationen, även om man lätt skulle kunna hoppa till den slutsatsen. Textförfattaren väljer att lyfta upp det citatet till nedrycket mellan rubriken och ingressen och föregår det med “Forskare oroas:”. Återigen så finns inget tecken i artikeln på att Torben König faktiskt uttrycker oro över situationen.

Ännu ett exempel på detta är i artikeln *Miljöhotet: snart är det slutfikat* från 2018 där journalisten tilldelar organisationen World coffee research årliga rapport en mycket allvarlig roll genom att skriva hur det inte “skräds med orden” i den. Själva rubriken är också en slags slutsats som saknar legitimt underlag. Visst framkommer det i artikeln att kaffeindustrin hotas av klimatförändringarna – men att det inte längre kommer att gå att fika och dricka kaffe är inte sant. Dessutom motiveras det hur nya korsningar av kaffeplantor kan möjliggöra en fortsatt lukrativ kaffeindustri:

“Kaffeindustrin har på senare år gått samman med forskare i olika projekt för att förse odlarna med nya jordbruksmetoder och mer tåliga kaffesorter”.

## **7.4 Framställningen av klimaskeptiker och klimatförespråkaren**

Från det tredje och fjärde momentet i vårt analyschema har vi kunnat fånga upp hur de olika aktörerna beskrivs och gestaltas i våra klimatartiklar. Vi har kunnat tyda att klimatskeptiker tilldelas negativa attribut medans klimatförespråkare inte kritiseras och ofta får genomslag för sina intressen och agendor.

När det gäller klimatförespråkare som uttalar sig om klimatet hamnar de oftast längst upp i hierarkin med aktörer. Faktum är att inte en enda gång framkom det aktörer som sade emot dessa i vårt material. Ett exempel är i artikeln *Tuffa beslut krävs för att avvärja klimathotet*



från 2007 som behandlar en FN-rapport. Här tilldelas miljöministern Andreas Carlgren mest citatutrymme och menar bland annat att det är problematiskt att få med sig andra politiker för att anpassa sig till klimatmålen i artikeln:

“Om vi gör tillräckligt omfattande åtgärder tillräckligt snabbt så går det att komma tillrätta med klimathotet. Nu är det en fråga om politisk vilja och också att vi tar vara på chansen att det inte kostar så mycket.”

När journalisten beskriver hur Andreas Carlgren tror att det blir tufft att få med sig andra politiker kan det vara problematiskt att en motpart inte får kommentera. Andreas Carlgren tilldelas också prominenta egenskaper. Det står bland annat att även han ”konstaterar”, alltså fastställer, att rapporten är ljus. Det riktas inte heller någon kritik av journalisten mot någonting aktörerna yttrar sig om. Tvärtom späder journalisten på en positiv bild av landet Sverige gällande klimatet och därmed även en jakande bild av miljöministern. Detta genom att artikelförfattaren frågar Carlgren om ”vi” kan vara en förebild för andra länder. Varpå Carlgren säger ”självklart”.

Ett annat mer nära beskrivande exempel av en klimatförespråkare är från Aftonbladet-artikeln *Hans mission - rädda jorden* från 2007. Artikeln skrevs i samband med att den tidigare Amerikanske vice-presidenten Al Gore skulle besöka Sverige och behandlar hans resa genom livet till att bli en av de mest välkända frontfigurerna för klimatfrågan. I och med den stora mängd personbeskrivningar i artikeln har vi valt att dela upp dem i kategorier.

Gore målas dels upp som karismatisk och som en person som är lätt att tycka om. Det är till exempel ”kraftfullt, med ett varmt hjärta och glimten i ögat” som han håller sitt föredrag. Förhållandet med sin hustru “som han alltid älskat” beskrivs som ett av de starkaste i USA:s politiska liv.

Han beskrivs även som en väldigt auktoritär och kompetent person. Textförfattaren skriver att han inte tvekar när han berättar om den globala uppvärmningen. Han har ”i snart fyra decennier sett klimatkrisens samband och agerat”. Han är alltså en man som tar till handling när det behövs. Man nämner att hans film är Oscarsbelönad och att han är nominerad till Nobels fredspris. Att “Gore vet hur man presenterar fakta korrekt och medryckande” belyser också hans kompetens.

Sedan har vi stjärngestaltningen av Gore där de största lovorden kommer in. Han beskrivs som ”klimatfrälsaren”. Hans besök i Sverige går i ”rockstjärnetempo”. Han beskrivs som ”jordens bästa klimatlärare” och hans ”anhängare” kallar honom ”Goreaklet”.

Det finns en uppmålning av Gore som tar upp hans religiositet. Han har ”gud på sin sida” och eftersom han är baptist beskrivs han i slutet som ”Baptistprofeten”. Rubriken inleds med ”Hans mission” vilket är en klar anspelning på honom som religiös person.

Utöver detta har vi uppmålningen av Gore som en kärleksfull man. Han tar sin son på baseballmatch. Han älskar sin fru och avgudade sin syster innan hon dog. Och sist men inte minst har vi en Gore som inte är perfekt men vars handlingar ändå alltid rättfärdigas i texten. Detta syns bland annat i hur hans egna stora energiförbrukning försvaras av textförfattaren och inte genom citat från Gore.

“...familjen gjorde förra året av med 221 000 kilowattimmar i sitt luxuösa Nashvillehem. Men det påverkar inte klimatet. Åtminstone inte enligt Gores miljörådgivare Kalee Kraider. Hon säger att familjen Gore bara köper grön el och håller på att installera solceller. Dessutom uppväger Al Gore alla privata utsläpp genom att bidra till koldioxid sänkande projekt i Indien och Östeuropa.”

Om man slår ihop alla dessa kategorier av egenskaper som tilldelas Gore i samma artikel resulterar det i en karismatisk, kärleksfull, stark och omtyckt stjärna.

Samma mönster går att se år 2018, där ett exempel är Aftonbladet-artikeln *Miljöhotet: snart är det slutfikat* (2018) där den aktör som befinner sig högst upp i den hierarkiska ordningen är kaffehandlaren Martin Löfberg i och med hans breda citatutrymme. Aktören kartlägger de hot som kaffeindustrin upplever, vilket i och för sig är relevant för huvudtemat. Men här ska man ta aktörens egenintressen i beaktning. Löfberg representerar ett av Sveriges största kaffeföretag och kan ha andra agendor än att rädda planeten. Han får till och med uttala sig i en del av texten som behandlar eventuella lösningar att det finns stor potential, men att det kräver stora resurser. Alltså även stora resurser för hans företag.

Andra aktörer som presenteras i artikeln är växtekologi-professorn Kristoffer Hylander som är mer osäker i sina citat än Löfberg. Han säger bland annat att om han ”minns rätt handlar det numera om torrperioder” samt att nederbörden faktiskt inte ändrats nämnvärt, medan Löfberg är mer alarmerande. Trots det kritiserar eller ifrågasätts ingen av dessa aktörer trots att det kan gömma sig en agenda i deras citat.

De två artiklarna om klimatskeptiker fann vi båda i vårt urval från 2018. Här såg vi tendenser på att de som inte bejakar klimatförändringarna tilldelas mer negativa attribut. Ett exempel på detta är i DN-artikeln *SD-ledaren går på tvärs i debatten om klimatet*, och handlar om Jimmie Åkessons sommartal i Sölvesborg inför riksdagsvalet.

I artikeln beskrivs hur Åkesson går emot sina politiska motståndare i klimatdebatten som vid den här tidpunkten var starkt präglad av bränderna som hade härjat i Sverige under sommaren. Åkesson säger till exempel “att göra politik av hur vädret ser ut en enskild sommar är helt enkelt inte seriöst”. I artikeln beskrivs Åkesson på ett sätt som får honom att framstå som mer aggressiv i frågan om klimatet. Detta tar sig uttryck genom att han i sin

kritik “hånar” och ger ut “ en känga” till sina politiska motståndare. Nedan följer utdrag och exemplifieringar på detta ur artikeln:

“I strålande sol men hård blåst inledde han sitt traditionsenliga sommartal med att håna sina politiska motståndares oro för klimatet efter den rekordvarma sommaren.”

“I sin utläggning om klimatet passade SD-ledaren på att ge en känga åt den sittande regeringen som han menar har en ‘usel’ krisberedskap vid exempelvis de bränder som härjat i landet den senaste månaden”

Det intressanta här är att liknande ordval inte används senare i artikeln när man tar upp en annan fråga där Åkesson går emot strömmen, nämligen invandring. “I talet kritiserade Åkesson även invandringpolitiken och ifrågasatte om det fanns resurser till ‘massinvandringen’”. När Åkesson går emot sina politiska motståndare i invandringfrågan så används ordet “kritiserar” istället för “håna” eller “ge ut en känga”. Det mer neutrala ordvalet ger en mer seriös ton och får de uttalanden att inte verka lika kontroversiella som de som handlar om klimatet.

Ännu ett exempel hur klimatskeptiker gestaltas är från Expressen-artikeln, *Trump kritisk mot klimatforskare: “Stor politisk agenda”* från där huvudaktören Donald Trump beskrivs på liknande vis. Här används exempelvis ordval som att han “köper inte” klimätförändringar samt “säger” forskningsrapporter – vilket ytterligare är ett mer laddat sätt att beskriva en aktör på.

I samma artikel presenteras även en internationell forskningskår där det i beskrivningen av dem används ett mer akademiskt språk. Forskarna beskrivs att “uttala” sig om naturkatastrofer – vilket är ett mer neutralt ord. Dessutom sätts Trump som ensam aktör mot en hel internationell forskningskår.

## 8. Analys

Utifrån våra frågeställningar och analys-schemat kommer vi nu tolka vårt material i bakgrund till gestaltningsteorin, medielogik samt den tidigare forskning vi presenterat. Här har vi sammanfattat fyra delar med de partier som vi finner relevanta ur vårt resultat.

### 8.1 Mest framträdande skillnader

Vid undersökning av vårt material under de två tidsperioderna har vi identifierat fem genomgående teman som berör det mesta av vår empiri. Det tema som skiljer sig mest mellan 2007 och 2018 är det om den kommande samt pågående klimatkrisen. Här har vi kunnat se hur klimatkrisen år 2007 är någonting framtida, det vill säga någonting som står runt hörnet. Medan i 2018-års artiklar är krisen framme och påverkar jorden i realtid. Eftersom detta är ett genomgående tema i nästan alla nyhetsartiklar och tidningar går detta att tolka genom gestaltningsteorin där medier använder sig av samma typ av gestaltning (Chong & Druckman 2007).

Gestaltningarna kan ha att göra med den så kallade intermediala dagordningseffekten, vilket innebär att vissa mer centralt placerade medier är tongivande att sätta agendan för andra medier (Shehata, 2015). Detta kan alltså innebära att tempuset kan ha ändrats när ett mediehus med större resurser och som bevakas av andra verksamma journalister har ändrat sin gestaltning om klimatproblem, vilket i sin tur sätter agendan för andra medier.

Inte minst är det ett resultat av att den journalistiska professionen blir sig allt mer lik i västerländska länder med vedertagna normer, traditioner och rutiner och på så sätt styr vad och hur redaktionerna väljer att rapportera om någonting (Shehata & Hopmann 2012). Dessa liknande trender som vi kunnat tyda under respektive år har alltså uppkommit från de olika ramar nyhetsmedierna valt att sätta kring olika tolkningar om klimatjournalistiken – vilka är samma i vårt material oberoende av partiprofil eller nyhetsformat.

Detta kan även ses i bakgrund till studien *Framing Climate Change* av Adam Shehata och Nicolas Hopmann (2012) som motiverar att redaktioner har tillgång till samma källmaterial som ofta utfärdats av FN:s klimatpanel IPCC. Det innebär i sin tur att rapporteringen om främst internationella klimatnyheter rapporteras om på liknande sätt av samtliga redaktioner. Eftersom att de flesta av våra källor presenterar klimatnyheter på liknande sätt under dessa två tidsperioder kan vi alltså i bakgrund till forskningen motivera att likheterna kan antas beror på att de haft samma källmaterial. Något att fundera på är om aktören IPCC är de som ändrat tonen gällande klimatnyheter och på så sätt skapat en slags dominoeffekt hos forskare och redaktioner. Med andra ord kan en förklaring vara så pass simpel att forskningsresultaten inom klimatforskningen visade på en kommande klimatkris 2007 och en pågående klimatkris år 2018.

## 8.2 Yrkessjälvständighet

Under båda undersökningsåren kunde vi se tendenser på att journalisten, genom vissa lexikala val, formar egna slags slutsatser och åsikter utan vidare legitimt underlag. Det kanske mest framträdande exemplet på detta är från artikeln *Värmen slår rekord 2007*, där rubriken är felaktig och hårt vinklad i och med att det i artikeln förekommer att det enbart är 60 procents sannolikhet att temperaturerna blir de högsta någonsin.

Denna tendens kan tolkas vara ett resultat av medielogikens professionalism (Esser & Strömbäck, 2013) där det finns en yrkessjälvständighet hos journalisterna som motverkar påverkan från andra aktörer. Det framkommer även att det finns tydliga normer, värderingar, regler och rutiner bland journalisterna som hjälper att förstå vad som utgör nyheter och väljandet av dem. Journalistens jobb är alltså så pass självständigt att journalisten omedvetet eller medvetet kan skriva in egna slutsatser eller slarvar i och med att de inte är experter inom området.

Någon som tidigare undersökt hur klimatjournalister hanterar klimatrapportering i relation till medielogiken är Peter Berglez som i studien *Inside, outside, and beyond media logic: journalistic creativity in climate reporting* (2011) intervjuar klimatjournalister om hur de hanterar nyheter och medielogik. Där framkommer det bland annat två citat som är intressanta att koppla vår undersökning till:

“Du måste hitta nyheterna eftersom att många problem inom klimatfältet kan vara luddiga utan konkreta vinklingar. Jag tror att det är bra att man får tävla med andra nyheter och lära sig denna metod”, säger en av de intervjuade.

“På ett journalistiskt sätt är det ganska intressant för att det innehåller så mycket drama. Den stora katastrofen. Det finns en narrativ dramaturgi som attraherar väldigt många, och det är möjligt att leverera jävligt många artiklar eftersom att rapport efter rapport hamnar på mitt bord som domedagsprofetior”, säger en annan av de intervjuade.

I bakgrund till Berglez (2011) analyser kring dessa citat kan vi i vårt eget material se eventuella anledningar till att journalisterna dragit egna slutsatser, eller åtminstone vinklar och gestaltar nyheter på mer värdeladdade och dramatiska sätt. Det kan alltså handla om att klimatfältet och klimatrapporter kan vara luddiga och utan konkreta vinklingar. Vilket gör att journalisten som aktör måste anpassa dem till medielogikens ramar, som bland annat inkluderar marknadsorientering där nyheter måste presenteras på sätt att människor faktiskt läser dem (Esser & Strömbäck, 2014).

Med detta kommer även gestaltningsteorin in där det finns ett ekonomiskt incitament med valet av gestaltningar för våra kommersiella nyhetskällor. Det har tidigare presenterats hur just klimatnyheter är svåra att gestalta för medier i och med bristen på bildmaterial (Djerf-Pierre & Olausson, 2015, s. 253). I bakgrund till vårt undersökta material kan de hårt vinklade artiklarna, ord- och meningsvalen vara ett resultat av de ekonomiska intressen en redaktion har. I relation till den marknadsorienterade faktorn vill få nyhetskonsumenter läsa en komplex klimatrapport rakt av. Det är då den narrativa dramaturgin kan tänkas tas i beaktning och med den formas även värdeladdade ord.

Djerf-Pierre och Olausson (2015) menar att det finns hårda krav på miljö- och klimatjournalisters kompetens i och med att miljöfrågor är komplexa och kan ha många olika perspektiv. De försämrade ekonomiska villkoren på nyhetsredaktionerna krymper också reportrar med specialkompetens vilket innebär att allmänreportrar "snuttifierar" miljörapporteringen – vilket innebär att den blir ytlig och kan gynna lobbyister.

Bristen på expertiskunskap, de komplexa klimatrapporterna och medielogiken med sina normer, rutiner och snäva deadlines kan alltså innebära att journalisterna drar slutsatser utan legitimt underlag.

### **8.3 Något måste göras**

Vi har i vårt material från båda åren kunnat tyda hur frågan om klimatet presenteras som någonting alarmerande som måste lösas. Trots att de två undersökningsåren skiljer sig åt i hur pass nära krisen är tenderar många av artiklarna att presentera klimatfrågan som något som måste åtgärdas. Men hur eller vad som kan göras framkommer nästan aldrig.

Enligt gestaltningsteorin använder man sig av olika gestaltningar för att organisera verkligheten. Men det innebär också att nyhetsredaktionerna inte har tid eller plats att lyfta vareda perspektiv kring en nyhet (Chong & Druckman, 2007). Enligt denna teori kan vi alltså tyda hur vårt material ofta gestaltas ur ett slags alarmerande perspektiv. Sambandet är intressant att se, och kan enligt Karlsson & Strömbäck (2015) bero på att det är svårt för medierna att gestalta klimatnyheter.

Även medielogiken behandlar detta då Peter Berglez (2011) menar att journalister måste tänka "hårt" inom medielogikens ramar för att veta hur man ska hantera klimatjournalistik. Enligt Berglez är det svårt för journalister att översätta komplexa klimatrapporter till intressanta nyheter för läsaren. Frågan som uppkommer är om journalisterna som skrev vårt material sållat ut relevanta delar av klimatrapporter som behandlar eventuella lösningar.

Enligt medielogiken finns det professionella normer, regler och värderingar när en nyhet skapas, men även en marknadsorienterad aspekt (Esser & Strömbäck, 2014). Det innebär

alltså även att nyheter ska vara billiga att producera så de blir ekonomiskt gynnsamma för tidningen. Att be en reporter sitta och läsa långa och komplexa forskningsrapporter går inte hand i hand med detta – och då blir det också rimligt att inte ta samtliga lösningar i beaktning, utan istället fokusera på det alarmerande samt det som drar läsare. Dessutom framkommer det i Berglez studie (2011) att vissa journalister menar att skrivandet av klimatnyheter kan ses som övningsredskap:

“Du måste hitta nyheterna eftersom att många problem inom klimatfältet kan vara luddiga utan konkreta vinklingar. Jag tror att det är bra att man får tävla med andra nyheter och lära sig denna metod”

Denna “tävlan” med andra nyhetsgenrer kan alltså även innebära att den alarmerande tonen i klimatartiklar blir ännu mer påtaglig.

## 8.4 Konfliktgestaltningen av klimatskeptikern

I vårt material kunde vi se hur klimatskeptiska aktörer ofta tillskrivs mer konfrontativa och negativa egenskaper, medan klimatförespråkare tilldelas enbart positiva egenskaper. Detta tog sig bland annat uttryck i DN-artikeln *SD-ledaren går på tvärs i debatten om klimatet* där Åkesson beskrevs “håna” sina politiska motståndare i klimatfrågan och “ge ut en känga” till den sittande regeringen.

Även klimatskeptikern Donald Trump beskrivs i Expressen-artikeln, *Trump kritisk mot klimarforskare: “Stor politisk agenda”* att han “köper inte” klimatförändringar samt “sågar” forskningsrapporter.

Detta visar på att det finns ett sätt att gestalta den typen av nyheter ur en så kallad konfliktgestaltning. Som tidigare behandlat i vårt teorikapitel så använder sig medier av olika gestaltningar för att organisera verkligheten som de rapporterar om. Detta görs i all form av kommunikation (Chong & Druckman, 2007) Därför blir det omöjligt för medierna att inte gestalta nyheter från ett visst perspektiv. Det hjälper oss att förstå verkligheten och i det här fallet när det traditionellt rått konsensus i politiken och forskningen i Sverige (Djerf-Pierre & Olausson, 2015, s. 251) är det inte konstigt att detsamma tar sig uttryck i mediediskursen kring klimatförändringen. Detta förklarar delvis att den aktör som motsäger sig detta målas upp på ett mer konfrontativt sätt.

Flertalet andra studier har identifierat konfliktgestaltning (conflict frame) som en av de vanligaste gestaltningarna i nyhetsmedier (Semetko & Valkenburg, 2000). Detta är ett dramaturgiskt grepp inom nyhetsjournalistiken där kärnan i nyheten blir konflikten mellan aktörerna, ofta politiker, och istället för att fokusera på vilka frågor man är eniga om fokuserar medierna på de frågor där åsikterna går isär. “I stor utsträckning är användningen

av dessa gestaltningar ett resultat av journalistiska värderingar, rutiner och praktiker som präglar det redaktionella arbetet på en nyhetsorganisation - kort sagt av det som brukar benämnas medielogik."(Shehata, 2015, s. 362).

Det går absolut att argumentera att Åkesson och Trump gestaltades som mer aggressiva och konfrontativa på grund av deras ståndpunkt i klimatdebatten. Det är möjligt att de målades upp så på grund av naturen i deras karaktär och att det faktiskt beskrev verkligheten. Det som poängterar för oss att de snarare gestaltades på detta vis beroende på deras position i klimatfrågan är att gestaltningen av Åkesson inte var densamma när samma artikel beskrev hur Åkesson kritiserade regeringen i invandringsfrågan. Då var den aggressiva och konfrontativa gestaltningen av Åkesson frånvarande och ett mer neutralt ordval beskrev hans uttalanden. Stödet för detta i empirin var klar men urvalet och kvantiteten liten vilket gör att vi inte kan säga att det är generaliserbart att aktörer som går under kategorin klimatskeptiker gestaltas som mer aggressiva och konfrontativa i svenska medier.

När en klimatförespråkare medverkade som huvudaktör eller som en av flera klimatförespråkande aktörer i artiklarna vi analyserade var ingen konfliktgestaltning närvarande. Detta därför att det inte fanns någon aktör som sa emot klimatförespråkarna förutom i artiklarna om Trump och Åkesson men i dessa två fall var det de två som själva var huvudaktörer i texten.

Vi såg även exempel på hur Al Gore i Aftonbladet-artikeln *Hans mission - rädda jorden* från 2007 porträtterades som något som bäst kan beskrivas som en hjälte. Även de andra klimatförespråkande aktörerna tilldelades genomgående ett mer neutralt språk i texten som omgav deras citat. Dessa aktörer fick även stå oemotsagda vilket går att koppla tillbaka till medielogiken. Journalistiken är i behov av snabbhet och att kunna anpassa klimatnyheterna till medielogikens ramar, som bland annat inkluderar marknadsorientering där nyheter måste presenteras på så sätt att människor faktiskt läser dem. Samtidigt är man som journalist beroende av uttalanden från forskare och experter och har i och med fenomenens komplicerade natur en påtaglig svårighet att granska vetenskapen (Djerf-Pierre & Olausson, 2015).

Detta kan på så vis förklara varför klimatförespråkarna i våra analyserade artiklar tilldelades ett mer neutralt språk i samband med uttalanden samt att de fick stå oemotsagda. Bristen på ifrågasättande av klimatförespråkarna och det konfrontativa språket runt klimatskeptiker kan även bero på att den svenska klimatjournalistiken präglas av vetenskaplig kunskapssäkerhet vilket ligger i linje med den svenska konsensusorienterade klimatpolitiken (Olausson, 2009). Detta stämmer även överens med de observationer som görs av Shehata & Hopmann (2012) om hur den svenska bevakningen av klimatfrågan präglas av den vetenskapliga konsensus som finns inom ämnet.



I vårt resultat tar vi alltså upp hur Al Gore fick en helt motsatt beskrivning som aktör i artikeln *Hans mission - rädda jorden* jämfört med Jimmie Åkesson och Donald Trump i andra artiklar. Artikeln med Gore som huvudaktör var längre och hade ett mycket större fokus på Gore som person så att göra en rak jämförelse blir inte helt rättvist. Det är dock fullt legitimt att göra observationen att Gore inte fick samma gestaltning just på grund av de faktorer som tagits upp kring Åkesson och Trump angående hur den svenska klimatjournalistiken präglas av både konsensus kring forskningen, medielogik och konfliktgestaltning.

## 9. Slutdiskussion

### Pågående klimatkris

Den enda genomgående skillnad vi fann i hur journalistiken tog sig uttryck var i hur man 2007 behandlade klimatfrågan som ett kommande problem medan den var någonting närvarande år 2018. Detta har vi alltså empirisk grund för i vår undersökning samt förklaringar för detta i våra teorier – men det är inte generaliserbart eftersom att vi enbart analyserade 12 artiklar vilket rimligtvis inte förklarar hur skillnaderna ser ut inom svensk klimatjournalistik i sin helhet mellan respektive år.

Detta resultatet kan dock förklaras av logiska händelser. Enligt FN-rapporter var det år 2018 ungefär 12 år kvar tills det var försent att uppnå klimatmålen – alltså att alla världens länder måste trefaldiga sina ansträngningar på klimatfronten för att medeltemperaturen inte skall stiga med tre grader (TT, 2018, 28 november). Det innebär alltså att det år 2007 var 24 år kvar till samma mål – och att det då år 2018 rimligtvis är ett mer alarmerande och seriöst läge. Detta är alltså ännu någonting som kan förklara förändringen i hur klimatartiklar tog sig uttryck 2018 i jämförelse med år 2007.

Eftersom att en liknande undersökning tidigare inte gjorts skulle det vara intressant att se framtida forskare ta våra resultat i beaktning och undersöka samma ämne med större urval. Detta skulle å ena sidan vidare förklara vad det egentligen är som sker mellan två uppmärksamhetscykler och å andra sidan eventuellt bekräfta våra resultat. Någon form av kvantitativ undersökning där frågan går att koda i variabler skulle ge ett bredare resultat som eventuellt vidare kan bekräfta att medier förändrat sitt sätt att behandla klimatkrisen som antingen ett kommande eller ett pågående problem.

### Många likheter

Trots att vi inte fann lika många skillnader som vi kanske från början hade förväntat oss kunde vi utifrån vårt resultat urskilja en del intressanta likheter. En av dessa är hur journalisten i många fall drar egna slutsatser gjorda med stora växlar. Detta kan bland annat kopplas till Berglez (2011) slutsatser om att journalister gestaltar och vinklar klimatnyheter för att attrahera läsare. Vilket är ett resultat av att klimatrappporter kan vara komplexa, luddiga och utan konkreta vinklingar.

Det förklaras också vara ett resultat av medielogiken med dess krav på snabbhet och snäva deadlines där rapporteringen om komplexa klimatfrågor bli mer ytligt – vilket vi, i bakgrund till journalisternas egna "höftade" slutsatser, anser ha urskiljt i vårt resultat.

Samma sak gäller hur klimatfrågan i vårt material presenteras som någonting alarmerande utan tillskrivna lösningar. Just aspekten i vårt resultat om att inga lösningar presenteras på

klimatkrisen skulle kunna bero på kategorin “nyheter” i vårt urval. Det är mycket möjligt att “lösningar” på klimatfrågan istället får sin plats hos den tryckta pressen i form av mer lättsamma artiklar som tipsar om hur man drar ner på sin klimatpåverkan. Den typen av artiklar hade inte kvalificerat sig i vårt urval med tanke på att vi fokuserade på mer konventionella nyhetsartiklar.

Det hade varit intressant att med framtida forskning se om journalistiken gällande klimatet alltid sett ut på samma sätt och om vissa tidningar haft mer specialkompetens i området. Och om tidningar har egna klimatjournalister – tilldelas de då åsiktsutrymme vilket vidare problematiserar den neutrala rapporteringen?

Skillnaderna på hur en klimatförespråkare och klimatskeptiker framställdes fann vi mycket intressant i vår undersökning. Klimatförespråkaren stod aldrig emot och tilldelades inte de mer konfrontativa beskrivningarna i och runt sina uttalanden som klimatskeptiker blev. Det kunde vi koppla till konfliktgestaltning (Semetko & Valkenburg, 2000). Eftersom att de två klimatskeptikerna som förekom i våra analyserade texter båda var från 2018 går det inte att säga om klimatskeptikern tenderade att framställas likadant under 2007.

Vidare forskning på denna frågan hade varit högst intressant för att studera hur medierna gestaltar samt både tydligt och mer subtilt applicerar attribut på klimatskeptiker och klimatförespråkare. En jämförelse mellan meningsmotståndare i andra stora samhällsfrågor hade också varit mycket intressant. Detta för att på så sätt se om gestaltningen av klimatförespråkaren och klimatskeptikern skiljer sig mot andra konflikter där åsikter kan gå brett isär som exempelvis migration, abort eller privatisering kontra förstatligande. Som förslag på vidare forskning skulle man kunna, med våra resultat i beaktning, leta efter de tendenser vi sett i gestaltningen av klimatskeptikern och klimatförespråkaren genom att dela upp dem i variabler i ett kodschema och analysera en större mängd artiklar för att försöka få ett generaliserbart resultat.

Vi valde att använda oss av en kritisk diskursanalys i och med att vi ville analysera hur språket förändrats mellan undersökningsåren på detaljplan. Vårt analyschema som vi konstruerade efter Peter Berglez (2019) disposition var lämplig för att få fram intressanta resultat och samband i och med dess noggrannhet och flertal moment. Hade vi istället valt att göra en kvantitativ metod och kodat ett antal nyckelord hade vi antagligen fått fram ett bredare resultat. Å andra sidan hade vi inte kunnat göra samma detaljerade undersökning och se de samband vi fått fram, alltså: den pågående samt kommande klimatkrisen, hur klimatskeptiker respektive klimatförespråkare porträtteras, journalistens tolkande roll eller att det inte tillskrivs några åtgärder för klimatproblemet.

Trots det mindre antal analysenheter (som är oundvikligt i en kvalitativ kritisk diskursanalys) anser vi inte att vårt resultat är en konsekvens av urvalet. I och med att vi tog vårt urval från Sveriges fyra största rikstäckande tidningar under olika kvartal och genomgående såg

samband anser vi att våra resultat har validitet och är rimliga när det gäller den större helheten. Det vill säga att det inte bara är en konsekvens av vårt specifika artikelurval. Dessutom finns det, som tidigare motiverat, förklaringar till skillnader och likheter som kan motiveras av klimatförändringarnas natur samt tidigare forskningsresultat.

## 10. Referenslista

Altheide, David L. & Snow, Robert P. (1991) *Media Worlds in the Postjournalism Era*. New York: Aldine De Gruyter.

Alvehus, Johan. (2014) *Skriva uppsats med kvalitativ metod: en handbok*. Stockholm: Liber AB.

Berglez, Peter. (2011) Inside, outside, and beyond media logic: Journalistic creativity in climate reporting. *Media Culture & Society*, 33(3), 449-465. doi: 10.1177/0163443710394903

Berglez, Peter. (2019). Kritisk diskursanalys. I Ekström, Mats. (Red), *Metoder i medie- och kommunikationsvetenskap* (s. 225-254). Lund: Studentlitteratur AB.

Bergström, Göran., & Boréus, Kristina. (2005) *Textens mening och makt*. Lund: Studentlitteratur AB.

Brossard, Dominique., Shanahan, James., & McComas, Katherine (2009) Are Issue-Cycles Culturally Constructed? A Comparison of French and American Coverage of Global Climate Change. *Mass Communication & Society*, 7(3), 359-377. doi: 10.1207/s15327825mcs0703\_6

Carvalho, Anabela., & Burgess, Jacquelin. (2005) Cultural Circuits of Climate Change in U.K. Broadsheet Newspapers, 1985–2003. *Risk Analysis* 25(6), 1457-1469. doi: 10.1111/j.1539-6924.2005.00692.x

Chong, Dennis., & Druckman James N. (2007) Framing Theory. *Annual Review of Political Science*, 10(1), 103-126. doi: 10.1146/annurev.polisci.10.072805.103054

Djerf-Pierre, Monika. (2012a). The crowding out effect. *Journalism Studies*. 13(4), 499-516. doi: 10.1080/1461670X.2011.650924

Djerf-Pierre, Monika. (2012b). When attention drives attention: Issue dynamics in environmental news reporting over five decades. *European Journal of Communication*. 27(3), 291-304. doi: 10.1177/0267323112450820

Djerf-Pierre, Monika. (2013). Green metacycles of attention: Reassessing the attention cycles of environmental news reporting 1961-2010. *Public Understanding of Science*. 22(4), 495-512. doi: 10.1177/0963662511426819

Djerf-Pierre, Monika., & Olausson, Ulrika. (2015) Miljöjournalistik. Karlsson, Michael., & Strömbäck, Jesper (Red.) *Handbok i journalistikforskning* (s. 243-257). Lund: Studentlitteratur AB.

Downs, Anthony (1972) Up and down with ecology- the "issue-attention cycle". *The Public Interest*, 28(0), (s.38-50)

Esaiasson, Peter., Gilljam, Mikael., Oscarsson, Henrik., & Wängnerud, Lena (2012) Olsson *Metodpraktikan: konsten att studera samhälle, individ och marknad*. Stockholm: Nordstedts Juridik AB.

Esser, Frank., & Strömbäck, Jesper. (2014). *Mediatization of politics: Understanding the Transformation of Western Democracies*. London: Palgrave Macmillan.

Intergovernmental panel on climate change (2014) *Climate Change 2014: Impacts, Adaptation, and Vulnerability*. New York: Cambridge University Press.  
<https://www.ipcc.ch/report/ar5/wg2/>

Lundby, Knut (2009). *Mediatization: concept, changes, consequences*. New York: Peter Lang Inc, International Academic Publishers.

McCombs, Maxwell., & Shaw, Donald L. (1972) The Agenda-Setting Function of the Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187. doi: 10.1086/267990

Olausson, Ulrika. (2009). Global Warming – Global Responsibility? Media Frames of Collective Action and Scientific Certainty. *Public Understanding of Science* 18(4), 421-436. doi: 10.1177/0963662507081242

Olsson, Lova. (2019, 9 april). Mätning: Klimat viktigaste EU-frågan. *Sveriges Radio*. Hämtad 13-11-2019 från <https://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=83&artikel=7194836>

Retriever & Vi i Skogen (2017). *Varmare klimat – iskall nyhet*. Stockholm: Botkyrka offset

Retriever & Vi i Skogen (2019). *Varmare klimat – iskall nyhet*. Stockholm: Botkyrka offset

Semetko, Holli A., & Valkenburg, Patti M. (2000) Framing European Politics: A Content Analysis of Press and Television News. *Journal of Communication* 50(2), 93-109. doi: 10.1111/j.1460-2466.2000.tb02843.x

Shehata, Adam., & Hopmann, David N. (2012) Framing Climate Change. *Journalism Studies*, 13(2) 175-192. doi: 10.1080/1461670X.2011.646396

Shehata, Adam. (2015) Journalistiken dagordningar och gestaltningar. I Karlsson, Michael & Strömbäck, Jesper (Red.) *Handbok i journalistikforskning* (s. 353-371) Lund: Studentlitteratur AB.

Strömbäck, Jesper. (2015) Journalistikens nyhetsurval och nyhetsvärderingar. Karlsson, Michael., & Strömbäck, Jesper. (Red.) *Handbok i journalistikforskning* (s. 151-185) Lund: Studentlitteratur AB.

TT. (2018, 28 november). FN: Snart för sent att nå klimatmålen. *Ny Teknik*. Hämtad 2019-12-29 från <https://www.nyteknik.se/miljo/fn-snart-for-sent-att-na-klimatmalen-6940726>

TU - Medier i Sverige. (2018). *Branschfakta 2018 (juni)*. Stockholm: TU - Medier i Sverige [https://tu.se/wp-content/uploads/2018/06/Mediefakta\\_2018\\_juni\\_04.pdf](https://tu.se/wp-content/uploads/2018/06/Mediefakta_2018_juni_04.pdf)

Weingart, Peter., Engels, Anita., Pansegrau, Petra. (2000) Risks of Communication: Discourses on Climate Change in Science, Politics, and the Mass Media. *Public Understanding of Science*, 9(3), 261-283. doi 10.1088/0963-6625/9/3/304

Wodak, Ruth., & Meyer, Michael. (2001) *Methods of Critical Discourse Analysis*. SAGE Publications Ltd.

# Bilaga 1:

## Analysenheter

Nedan följer en lista över de tolv artiklar som analyserades i undersökningen.

### 2007

*Bevare oss om permafrosten smälter.* Skribent: Jan Malmborg. Dagens Nyheter. Publicerad den 29:e nov 2007.

*Klimatet hett i Davos.* Skribent: Lars-Georg Bergkvist. Svenska Dagbladet. Publicerad den 26:e jan 2007.

*Hans mission - rädda jorden.* Skribent: Joachim Kerpner. Aftonbladet. Publicerad den 29:e Mars 2007.

*Snart är de borta.* Skribent: Knut-Göran Källberg. Expressen. Publicerad den 30:e sep 2007

*“Värmen slår rekord 2007”.* Skribent: Sara Djurberg. Expressen. Publicerad den 5:e jan 2007.

*Tuffa beslut krävs för att avvärja klimathotet.* Skribent: Susanna Baltscheffsky. Svenska Dagbladet. Publicerad den 5:e maj 2007.

### 2018

*Enighet vid FN:s klimatmöte efter långa förhandlingar.* Skribent: Roland Johansson. Svenska Dagbladet. Publicerad den 16:e dec 2018.

*Miljöhotet: snart är det slutfikat.* Skribent: Frida Henke. *Aftonbladet*. Publicerad den 17:e jun 2018.

*Tio platser där klimatförändringar slår hårt.* Skribent: Maria Gunther. Dagens Nyheter. Publicerad den 18:e feb 2018.

*Trump kritisk mot klimatforskare: “Stor politisk agenda”.* Skribent: Johan Ronge. Expressen. Publicerad den 16:e oktober 2018.

*SD-ledaren går på tvärs i debatten om klimatet.* Skribent: Roger Turesson. Dagens Nyheter. Publicerad den 12:e aug 2018.



*Skrämmande hur isen brutits sönder.* Skribent: Joachim Kerpner. Aftonbladet. Publicerad den 24:e aug 2018.