

Kandidatuppsats i journalistik

2022-10-27

Institutionen för journalistik,
medier och kommunikation

www.gu.se/jmg

Tala är silver, styra diskursen är guld

Författare: Adam Kohls Josefsson, Elias Åhlander och Erika Uutela Larsson



GÖTEBORGS UNIVERSITET
JOURNALISTIK, MEDIER OCH KOMMUNIKATION

Handledare: Monika Djerf-Pierre
Kursansvarig: Elena Johansson

Abstract

Title: Speaking is silver, running the discourse is gold

Authors: Adam Kohls Josefsson, Elias Åhlander and Erika Uutela Larsson

Level: Bachelor thesis in Journalism

Term: HT 2022

Supervisor: Monika Djerf-Pierre

Aim of thesis:

This essay aims to investigate the framing of actors in climate journalism. To investigate the framing of actors the framing of the news subject climate change was also investigated.

Theoretical framework:

An actor for this thesis could be any person or organization that was a part taker or a participant in a news article. The concept of an actor was viewed as a subject as well as an object. Therefore an actor could be quoted or just mentioned in the article. The most central theory for this essay was the theory that viewed framing as a principle of selection and choices. The theory was presented by Anders Hansen (2019). When an article is written by a journalist a big amount of choices is made about what the actor at hand is to be used for in the article. With a quantitative survey a mapping of what choices journalists make in relation to actors could be made. Who is chosen, how will they participate and what role are they playing in the context of the article?

Methods(s):

A quantitative survey was executed to map the choices that journalists make in relations to actors. A codebook was constructed with a big amount of variables that was created to be able to answer the questions at issue. Over 200 actors were collected and different aspects of how they were framed in the articles was coded. The actors were collected from news articles from four of the biggest newspapers in Sweden, Svenska Dagbladet, Dagens Nyheter, Aftonbladet, and Expressen

Results:

The most common actor was an adult man presented as a politician, who was quoted about the subject of political decisions and was treated in a neutral way. The actor also got to play a responsible role in the article. An important point to make is that there was equalization from 2010 to 2022 regarding how many men and women appeared as actors in the articles. The amount of appearances has gone from being quite uneven in the favor of men to be smoothed out.

Innehållsförteckning

	Sida:
1.0 Inledning	1
2.0 Syfte och frågeställningar	4
2.1 Bakgrund för syfte	4
2.2 Syftesformulering och frågeställningar	6
3.0 Tidigare forskning	7
4.0 Teori	11
4.1 Gestaltningsteorier	11
4.2 Media och aktörer	14
4.3 Dimensioner av aktörsgestaltning	17
5.0 Metod och material	21
5.1 Material och avgränsning	21
5.2 Urval	22
5.3 Metod	23
5.4 Operationalisering och genomförande	24
5.5 Metoddiskussion	30
6.0 Resultatredovisning och analys	33
6.1 Sociala positioner: manliga politiker i ledning	33
6.2 Ämnen och framträdandeform: företag gör uttalanden	40
6.3 Roller – Manliga politiker med ansvar	47
7.0 Slutdiskussion	52
7.1 Att störa ordningen	52
7.2 Inga gamla tjejer, tack!	53
7.3 Forskare sökes	53
7.4 Organisationer har det tufft	54
7.5 Förslag på vidare forskning	55
8.0 Källförteckning	56
9.0 Bilagor	59

1.0 Inledning

I 2022 års partiledarutfrågning i SVT bjöds en ung flicka i tonåren in för att ställa Ulf Kristersson och Magdalena Andersson till svars gällande klimatfrågan. Det startade i sin tur en debatt mellan oss författare till denna uppsats, om huruvida det var en bra ingång eller inte. Å ena sidan är det viktigt att berörda får komma till tals, å andra sidan är det kanske orimligt att en minderårig person utan längre erfarenhet av varken media eller forskning, ska driva en så viktig debatt. Ur detta väcktes intresset kring vilka som får delta i diskussionen kring klimatet i journalistiska sammanhang och på vilket sätt de får framträda. Vi har observerat att intervjupersoner ofta är en del i undersökningar med fokus på klimatjournalistik, men att de intervjuade inte är huvudfokus. I den här uppsatsen kommer aktörgestaltning vara huvudfokus. Vi tror att den här uppsatsen kan bidra till förståelse för journalister som konstant gör val om vem som får uttala sig om vad. Vi tror även att uppsatsen kan leda till en reflektion hos journalister om vilka val de gör gällande aktörer.

Varför vi intresserat oss just för klimatjournalistiken är att det är en konstant växande genre och som gått igenom en mängd förändringar med tiden. I *Nordic Journal of Media Studies* skriver författarna Risto Kunelius & Anna Roosvall (2021) i sin artikel *Media and the climate crisis* om hur terminologin kring klimatförändringarna (eller klimatkrisen) förändras över tid. De olika begreppen tycks föra med sig olika konsekvenser för samtidens bild av fenomenet (Kunelius och Roosvall 2021). De senaste femtio åren har fenomenets benämning rört sig från växthuseffekt till global uppvärmning, samtidigt som termen klimatförändring började dyka upp. De senaste femton åren har dock även uttrycket klimatkris blivit mer och mer vanligt. Att frågan på olika sätt varit och är i konstant förändring är orsaken till att vi också väljer att undersöka två år med ett decenniums mellanrum. Då vi inte har ett definitivt svar om vad som är korrekt aktörgestaltning inom klimatjournalistik och därav inte har någon jämförspunkt, undersöktes två år. På så vis gav vi oss själva en möjlighet att se eventuella skillnader och utveckling som är av intresse. De totala resultaten är även av intresse, det vill säga samtliga aktörer som undersökts oavsett vilket år de kodades från. Men likheterna och skillnader mellan aktörer från de olika åren är som sagt även av intresse.

Klimatförändringar är den term som används allra mest ännu. En orsak till att det begreppet hållit i sig är att det passar väl in i forskarvärlden, då begreppet också kan innefatta mer än bara den globala uppvärmningen och i sin vaghet klingar väl med fenomenets komplexitet. Uttrycket passar också bra för grupper som har intresse av att skapa en bild av klimatförändringarna som något naturligt, eller iallafall inte något krisartat. Exempel på sådana aktörer är företag som är beroende av förbränning av fossila bränslen.

Inom journalistik gestaltas allting som presenteras i texten. Det är av vikt att poängtera att både klimatfrågan och aktörer inom klimatjournalistik gestaltas. Att se till gestaltning av aktörer som den här uppsatsen gör är ett sätt att undersöka gestaltningen av själva klimatfrågan. Gestaltningen av klimataktörer påverkar gestaltningen av klimatfrågan. Med ordet aktör syftar vi på de som på något vis framträder, medverkar eller refereras till i nyhetsartiklarna. Är det aktivister, politiker eller forskare som får uttala sig när klimatfrågan står i fokus? Den här uppsatsen syftar till att undersöka vilka aktörer som får delta inom klimatfrågan i svenska nyhetsmedier samt att analysera hur aktörerna framställs. Centrala frågor är hur mycket olika aktörer får framträda, vad de får tala om och i vilken roll de får göra det. Det är också av intresse att diskutera vad för potentiella följder det kan ha. I den här uppsatsen kommer aktörer i artiklarna att beaktas som ett subjekt, men även som ett objekt (Carvalho, 2008). Undersökningen kommer alltså att behandla aktörer som blir citerade men även omnämnda. För att undersöka aktörer i artiklarna kommer begreppet gestaltning vara centralt. Anders Hansen (2019) beskriver gestaltning som en form av urvalsprincip. När journalistiken gestaltar världen måste journalisterna konstant göra val om vad som tas med och vad som inte tas med. Strömbäck (2013) skriver att utgångspunkten för gestaltningsteorin är att journalistik aldrig helt kan spegla verkligheten. Då världen är obegränsad, sett till möjliga vinklar och ingångar och journalistiska resurser begränsade, tvingas journalister göra ett urval av vad de gestaltar, och hur de gestaltar det.

Metoden som används i denna studie, är en kvantitativ innehållsanalys av aktörer i Sveriges fyra största nyhetstidningar. Förhoppningen med undersökningen är att ta reda på hur det mediala utrymmet är fördelat inom den svenska klimatjournalistiken. För läsare av dagstidningar kan det vara positivt att vara medveten om

aktörsgestaltning när det kommer till just klimatjournalistik. Vår studie kommer förhoppningsvis också ge journalister en möjlighet att reflektera över sitt eget arbete. Vår önskan är att det kan komma till nytta för journalister och andra som arbetar på redaktion och att undersökningen kan verka som en grund för självreflektion. Vår ambition är att det leder till en höjd medvetenhet, eller till och med en förändring i sättet att arbeta.

2.0 Syfte och frågeställningar

2.1 Bakgrund för syfte

Att synas och höras i media är positivt och gagnar dem som fått utrymmet och deras agenda (Esaiasson, 2017). Klimatförändringarna är en ödesfråga i vår tid och det finns många aktörer som mer än gärna uttalar sig i frågan. Uppsatsen ska förhoppningsvis bidra med förståelse till mediekonsumenter om hur medieutrymmet inom klimatfrågan är fördelat mellan de olika aktörerna. Det är också tänkt att uppsatsen ska vara till hjälp för journalister. Med en bredare kunskap om vad som påverkar vilka aktörer som blir valda som källor och intervjupersoner, kan journalister göra mer medvetna val.

Det finns flera på exempel språkets betydelse för gestaltningen av en aktör. I *Environment, Media and Communication* (2019) skriver Anders Hansen om hur en och samma aktör kan beskrivas med olika ord i olika medier. Utifrån det anser vi att det är intressant att undersöka hur olika medier väljer att beskriva aktörer. I teoridelen kommer vi mer diskutera detta mer ingående.

Strömbäck (2013) beskriver relationen mellan medier, journalistik och demokrati som ett socialt kontrakt. Media behöver demokrati för att bevara det fria ordet och den oberoende journalistiken. Samtidigt behöver demokratin media och journalistiken för tillgång till nyheter och information. I ett demokratiskt samhälle behövs det att invånare är underrättade om hur samhället styrs. Exempelvis vilka beslut som tas, då kan medborgaren ta ställning, rösta i val och på så sätt utöva sin rätt till makt. På så sätt uppfyller samtliga parter sin del av kontraktet. Det sociala kontraktet blir bland annat tydligt om man läser *Public servicehandboken* (Granér, 2022).

“Vi värnar det demokratiska statskicketets grundidéer, dvs fri åsiktsbildning, allmän och lika rösträtt samt fria och hemliga val. Vi värnar också principen om alla människors lika värde och den enskilda människans frihet och värdighet. Vi tar avstånd från rasism, våld och brutalitet”

(Granér, 2022, s. 14.)

Ytterligare kan man läsa i *The Elements of journalism* (Kovach, 2014) att i handboken för The American Society of News Editors står det att en journalists uppdrag är att tjäna samhället genom att informera publiken. En annan princip som tas upp är citatet “*Give light and the people will find their own way*” (Kovach, 2014, s. 21). Journalistiken tjänar samhället och demokratin genom att vilja belysa och framföra alla delar av verkligheten. Synpunkter och ställningstaganden i olika frågor ska bli synliga och människor ska känna sig representerade i de mediekanaler som existerar. Ett tydliggörande av begreppet representation kan behövas här, då det kan ha flera innebörder. Ordet kan både syfta på representation av samhället, att spegla verkligheten, men i denna studie fokuserar istället på representation som representation av grupper. Just i ljuset av frågan om representation blir den här uppsatsen relevant. I kombination med klimatkrisen, ett globalt problem, är det ytterst relevant att diskutera det utifrån representation och demokrati. Det är även av relevans att diskutera de frågor som väcks i samband med artikeln *Balance as bias: global warming and the US prestige press* (Boykoff & Boykoff, 2004), där författarna menar att diskursen för rapporteringen kring klimatet inom den amerikanska pressen skiftat från en vetenskaplig till en mer förnekande diskurs. Bör journalistisk balans appliceras i alla frågor? Är det exempelvis rimligt att aktivister och politiker får lika mycket utrymme som forskare inom klimatjournalistiken? Att klimataktivister och klimatskeptiker får samma utrymme?

2.2 Syftesformulering och frågeställningar

Syftet med den här studien är att undersöka gestaltningen av aktörer inom klimatjournalistiken.

Utifrån syftet har vi konstruerat tre olika forskningsfrågor.

- Vilka sociala positioner har aktörer i klimatjournalistiken? Hur presenteras aktörer? Vilken ålder och vilket kön har de?
- Vilka aktörer deltar inom olika ämnesområden i klimatfrågan och vilka aktörer får uttala sig?
- Vilka roller tilldelas olika aktörer?
- Finns det några tydliga skillnader mellan de aktörer som deltar 2010 respektive 2022?

3.0 Tidigare forskning

Efter att ha letat efter tidigare forskning har det inte framkommit några studier som fokuserat på aktörsgestaltning inom klimatjournalistiken på det sätt som denna studie gör. Däremot har de flesta undersökningar ett avsnitt om aktörer i sin studie. De avsnitt som tas upp nedan är de vi anser vara relevanta i förhållande till studiens syfte.

För att kunna undersöka aktörer måste först det fastslås vad som en aktör är. En aktör är en person som förekommer i en artikel, på ett eller annat sätt. Det kan både vara som subjekt men också som objekt. Det här förhållningssättet är hämtat från artikeln *Media(ted) Discourse and Society: Rethinking the Framework of Critical Discourse Analysis* av Anabela Carvalho (2008) som presenterar ett analysverktyg som appliceras vid diskursanalys. Det ska sägas att det är ett verktyg för diskursanalys och inte ett verktyg som ämnas att användas vid analys av gestaltning. Dock anser vi att förhållningssättet till aktörer som presenteras är av relevans. Vid användandet av analysverktyget ska man intressera sig för om aktörerna blir citerade eller refererade. En aktör kan alltså i medietexter ses som ett subjekt - de gör uttalanden, men även ett objekt - de blir omnämnda (Carvalho, 2008). Detta förhållningssätt till aktörer kommer att appliceras även i den här uppsatsen. I nyhetsartiklarna som kommer att analyseras kommer en aktör vara de personer, företag, institutioner etc. som gör uttalanden men även de som blir omnämnda. Som exempel; ifall Ulf Kristersson skulle tala om Greta Thunberg kommer båda två bli kodade som aktörer i den fiktiva texten.

En undersökning som använt det här verktyget tittade på representation inom den portugisiska klimatjournalistiken. Artikeln är av relevans för den här uppsatsen då den undersöker aktörer utefter samma förhållningssätt men även vad aktörens närvaro i texten innebar och vad aktörens roll var. Artikeln hette *Communicating climate change in Portugal: A critical analysis of journalism and beyond* (Carvalho & Pereira 2009) och berörde press och tv-nyheter. Den fokuserade på diskursen som fanns inom landet vid undersökningens tidpunkt. Förutom den journalistiska diskursen undersöktes även aspekter av hur olika aktörer kommunicerade om

klimatet i medierna. Författarna skriver att syftet med undersökningen var att undersöka och jämföra diskurserna hos sociala aktörer och media gällande klimatförändringarna. Detta för att kunna identifiera om en dominerande diskurs existerade, samt att isåfall kunna få en överblick över relationerna däremellan. För att utföra undersökningen hämtade författarna hem ett stort material från internet, med hjälp av olika sökord. De aktörer som undersöktes var bland annat företag, icke statliga organisationer, forskare och politiska institutioner. Materialet delades sedan upp i olika kategorier, för att enklare se hur stora mängder material som kunde samlas in från olika sociala aktörer.

Utöver att mäta hur stor mängd dokument om klimatförändringar tillhörande sociala aktörer som fanns på internet, gjordes även en djupare analys av aktörernas kommunikation. En kritisk diskursanalys applicerades, där teman och objekt för diskursen, aktörer och textens struktur identifierades. Gällande aktörer undersöktes vilken social aktör som var närvarande i texten och vad deras roll var.

En annan studie som vi tagit del av är *Balance as bias: global warming and the US prestige press* (Boykoff & Boykoff, 2004). Artikeln tar upp opartisk och balanserad rapportering inom klimatjournalistiken. Utifrån studien blir det intressant att ställa sig frågor som; bör journalistisk balans appliceras i alla frågor? Är det exempelvis rimligt att aktivister och politiker får lika mycket utrymme som forskare inom klimatjournalistiken?

Författarna till artikeln menar att diskursen för rapporteringen kring klimatet inom den amerikanska pressen skiftat från en vetenskaplig till en mer förnekande diskurs. Detta beror enligt artikeln på att medierna hållit sig till journalistiska normer om balanserad rapportering och låtit samtliga sidor inom specifika frågor komma till tals. Det har lett till att en högljudd minoritet ofta fått komma till tals, som menar att den globala uppvärmningen inte går att vetenskapligt bevisa eller att det inte är ett så pass allvarligt problem som forskare menar.

Hur mycket aktörer påverkar rapporteringen om klimatfrågan är en fråga som är av stort intresse för den här uppsatsen. Frågan är även central inom artikeln *Framing climate change* av Adam Shehata och David Nicolas Hopmann (2012). Studien som är en jämförande undersökning av mediebevakningen av klimatfrågan i USA och

Sverige. Enskilda aktörer är dock inte huvudfokus för Shehata och Hopmann. Fokus ligger istället på två bredare arenor och diskussioner - den inhemska politiska diskussionen och forskningen där det råder konsensus kring klimatförändringarna. Trots skillnad i fokus så anser vi att artikeln är en bra inspirationskälla som även pekar på en forskningslucka som vi avser att fylla genom att ha fokus på just aktörer. Den huvudsakliga forskningsfrågan som ställs i artikeln handlar om hur diskussionen mellan de nationella politikerna och vetenskapen påverkar rapporteringen om klimatförändringarna. De analyserar en mängd artiklar (1785 stycken) från två svenska tidningarna, *Svenska Dagbladet* och *Dagens Nyheter* samt två amerikanska, *New York Times* och *Washington Post*. Artiklarna som undersöks är publicerade över en tioårsperiod. De undersöker även bevakningen av två klimattoppmöten, Kyoto (1997) och Bali (2007). Författarna kommer bland annat fram till att skillnaden i rapporteringen kring klimatförändringarna inte skiljer sig särskilt mycket länderna emellan och att inhemska topp-politiker inte har en stor påverkan på hur media gestaltar klimatförändringarna.

Ur ett journalistiskt perspektiv är aktörer källor till information. När en journalist gör ett val om vilken aktör som hen vill använda sig av till sin text, handlar valet bland annat om vilken information aktören kan bidra med. Sedan görs flera val som är avgörande för vilken roll som aktören kommer tilldelas i texten. De valen görs utifrån aktörens information och ämnesområdet för den aktuella artikeln. I kapitlet *Fler källor – men vissa grupper saknas nästan helt* från boken *Nyheter – allt mer en tolkningsfråga?* (2019) undersöker kapiteleförfattaren Gunnar Nygren bland annat vilka källor som är synliga i svenska nyheter mellan 2007 och 2018. Synliga källor är detsamma som synliga aktörer ur ett journalistiskt perspektiv. Utifrån en kvantitativ analys av nyhetsartiklar i svenska nyhetsmedier från åren 2007 fram till 2018 kom författaren fram till att experter är den mest förekommande formen av aktörer. Analysen bryts också ner i olika ämnesområden, vilka synliga källor som förekommer inom exempelvis politik, miljö, kultur och så vidare. Källorna är uppdelade i flera olika kategorier, källan kan till exempel vara en expert, en medborgare eller en politiker inom näringslivet. Klimat finns inte som ett ämnesområde, däremot finns miljö med. 2018 är det vanligast att experter följt av medborgare som källor förekommer i miljönyheter, medan politiker inte förekom

alls. Det måste dock nämnas att urvalet endast var 71 nyhetsartiklar. Eftersom undersökningen avser aktörer och dessutom undersökt ett liknande ämnesområden som denna uppsats så är det en bra och relevant källa och inspiration för oss.

4.0 Teori

Som grund för uppsatsen ligger en mängd vetenskapliga artiklar som diskuterar teorier av relevans för studien. Begreppet gestaltning är ett återkommande begrepp som kommer att vara central för undersökningen. Gestaltning och klimatfrågor har det skrivits mycket om. Ofta undersöks gestaltning av klimatpolitik och klimatproblem inom nyhetsjournalistik och hur gestaltningen av dessa frågor påverkar en publik. Exempelvis har Van de Velde et al. (2010) studerat hur en negativ eller positiv gestaltning av klimatproblematik påverkar människors vilja att bidra till att nå bättre förutsättningar för att motarbeta en klimatkris. Resultatet visar att det som gör människor villiga att bidra är en positiv gestaltning där man kommunicerar möjligheter och lösningar. En negativ gestaltning där man kommunicerar allvarliga problem och negativa effekter visade sig vara mindre effektiv än en positiv gestaltning. Gestaltningsteorin är central för uppsatsen, precis som aktörsbegreppet. Inledningsvis i det här teorikapitlet presenteras teorier om gestaltning för att sedan avhandla teorier om media och aktörer. Slutligen presenteras flertalet mer specifika dimensioner av aktörsgestaltning, som är relevanta för uppsatsen.

4.1 Gestaltningsteorier

När en nyhetsartikel ska skrivas kommer det göras en enorm mängd olika val, om ämne, källor och vinkel. Dessa skapar i sin tur gestaltning. Som journalist kommer man behöva välja vad som är relevant att skriva om, vad för information som ska framföras, vem som ska få komma till tals och hur allt det här ska paketeras. Samtliga val avgör hur den slutliga produkten gestaltas. En förenkling av processen är att två stora urval alltid måste göras. Det första urvalet handlar om vad artikeln ska handla och vem som ska få vara med i artikeln. Det andra urvalet som ska göras är hur saker ska framställas. Nedan följer en genomgång av de olika valen som utgör gestaltning.

Begreppet *framing* eller *gestaltning* på svenska, som begreppet kommer att benämnas i den här uppsatsen, tillskrivs Erving Goffman (1974) och hans verk *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Goffman menar att

gestaltning handlar om att analysera hur människor tolkar de sociala sammanhang som de ingår i. Specifika saker kan definieras på olika sätt av olika människor, beroende på deras egna tolkningsramar. Begreppet gestaltning syftar på hur vi använder oss av inramning för att förstå världen. Begreppet har använts i mängder av vetenskapliga studier. I artikeln *Power to the frame: Bringing sociology back to frame analysis*, skriver författarna Rens Vliegthart and Liesbet van Zoonen (2011) om att många studier som använder gestaltningsteori missar att skilja på begreppen *frame* och *framing*. Författarna van Zoonen och Vliegthart, menar att *frame* är en egenskap hos innehållet i medierna. *Framing* handlar mer om orsakerna och bakgrunden till att *framen* blir till. Alltså görs det skillnad på processen gestaltning (*framing*), det som väljs och väljs bort av journalister och sedan resultatet av processen (*frame*), det vill säga det som presenteras; gestaltningen. I vår uppsats används ordet gestaltning, och det innefattar båda begreppen.

För att få en bättre förståelse för hur gestaltning dels används, dels påverkar journalistiken, kan man ta del av det som Anders Hansen (2019) skriver om i *Environment, Media and Communication*. Boken tar upp bland annat två olika definitioner av gestaltning. För den första definitionen beskriver Stephen D. Reese (2001) gestaltning som en form av organiseringsprincip. Han menar att journalister genom att gestalta frågor på ett visst sätt så etablerar de också tankesätt hos medborgare i samhället. Alltså kommer verkligheten ses på ett visst sätt av medborgare på grund av att den blir presenterad på det viset av media. Den andra definitionen som diskuteras beskriver gestaltning som en urvalsprincip som leder till att det som presenteras väljs ut utifrån det som existerar i verkligheten, och vad som är av relevans för den aktuella händelsen som ska presenteras. Urvalet kan gälla vad som är relevant att skriva om, dels vilka aktörer som kommer få ta plats i texten. Sedan hur det presenteras och gestaltas har också med urvalet att göra, det vill säga hur man väljer att framställa verkligheten. En liknelse med en tavelram kan göras där gestaltningen sätter ett visst perspektiv på det som presenteras. Där det som väljs ut framställs inom ramen, medan det som inte väljs ut inte får någon plats att framträda. Genom gestaltningen etableras ramar och gränser för vad vi uppfattar och tar till oss. Ett urval av det som presenteras kommer alltid att göras när verkligheten gestaltas. Vidare skriver Jesper Strömbäck (2013) i boken *Kampen om opinionen: politisk*

kommunikation inom svenska valrörelser att utgångspunkten för gestaltningsteorin är att journalistik inte utgör och kommer aldrig att utgöra en neutral spegel av verkligheten. På grund av att journalistiken till skillnad från verkligheten är begränsad måste journalistiken konstant välja och välja bort saker i sin rapportering. Strömbäck menar att valen journalister gör dagligen utgör de gestaltningar som presenteras i media. Det gäller beskrivningen av verkligheten men även de aspekter och aktörer som nyheterna handlar om.

En tredje definition vi tagit del av ser gestaltning som ett sätt att lyfta fram specifika delar av information om ett ämne. I artikeln *Framing toward clarification of a fractured paradigm* av by Robert M. Entman (1993) skriver författaren att man väljer ut information i artiklar, inslag med mera för att innehållet ska uppfattas ha större betydelse för läsaren. Användning av gestaltning, alltså att välja eller välja bort viss information påverkar läsaren även på andra sätt. Vid en gestaltning är det större chans att publiken kommer minnas och uppfatta det som sagts i artikeln eller inslaget. Entman beskriver också hur stor betydelse det bär att analysera och förstå gestaltning. Att analysera gestaltning ger förståelse för vilken information eller vilka delar av ett tal, yttrande eller nyhetsrapportering som det mänskliga medvetandet plockar upp.

Det som kan konstateras är att gestaltning genomgående handlar om olika val som gör och inte görs av journalister. Just valen kring aktörer, vem som får framträda i artiklar, vem som blir citerad, vem som blir omnämnd och hur de sedan gestaltas i texten är av det som kommer vara centralt för den här uppsatsen. Det är även av vikt för uppsatsen att se till vilket ämne artiklarna har. Beroende på vad artikeln handlar om kommer ett beslut tas kring vilken aktör som får ta plats. Först och främst görs ett val om vad som ska skrivas om och det valet kommer förmodligen att göras utifrån händelsens nyhetsvärde.

När den här uppsatsen undersökt gestaltning av aktörer inom klimatjournalistik, det vill säga de personer som får synas i artiklar, har vi utgått från den definition av gestaltning som beskriver begreppet som en urvalsprincip. Vilka personer som blir en del av urvalet i kontexten klimatjournalistik är en central fråga för uppsatsen.

4.2 Media och aktörer

Beslut kring gestaltning kan påverkas av många olika faktorer. En sådan sak kan vara det nyhetsvärde som händelsen som ska rapporteras har. Valet av aktör kan påverkas av vem aktören är. Som det kommer förklaras senare tenderar till exempel mäktiga institutioner att ges större utrymme i media. Alltså väljs en person med makt före en privatperson. Det är även av vikt för uppsatsen att se till vilket ämne som den artikel som den aktuella aktörer får ta plats i har. Beroende på vad artikeln handlar om kommer det ske ett val kring vilken aktör som får ta plats. Först och främst sker ett val om vad som ska skrivas om och det valet kommer förmodligen att göras utifrån händelsen nyhetsvärde. I sin bok *Reporter*, skriver författaren Björn Häger (2014) om sju principer, som står till grund för nyhetsvärde: Vikten, Icke-normalt, Närhet, Konflikt, Elitpersoner, Nytt och Lättbegripligt. Dessa kan komma att vara av relevans för denna undersökning, då nyhetsvärde kan spela en roll i hur aktörer väljs ut och på vilket sätt de sedan gestaltas.

Hur artikeln sen kommer att utformas och vem som får vara aktör kommer även det att påverkas av den allmänna nyhetsbevakningen. Då journalistiken ämnar nå en balanserad och opartisk rapportering kommer journalistiska beslut också påverkas av tidigare journalistiska beslut. Exempelvis kan det vara så att en artikel som behandlar en politiker från högersidan som uttalar sig om vänsterns politik, även kommer att behandla en aktör från vänstersidan för att bemöta den eventuella kritiken. De valen görs i det fiktiva exemplet utifrån en önskan om balanserad och opartisk bevakning.

I *Environment, Media and Communication* skriver Anders Hansen (2019) om vilka parter som får synas i media. Enligt Hansen visar flera studier att mäktiga institutioner ges större utrymme i media. Att medier har ett opartiskt förhållningssätt till makthavare är därför nödvändigt för att journalistiken ska kunna undvika att endast låta de mäktiga och privilegierade parterna få synas. Westerståhl (1983) visar att opartiskhet består av balansen mellan berörda parter vid en rapportering och en neutral presentation av materialet. När de två faktorerna uppfylls når man opartiskhet. Just gällande en balanserad rapportering skriver Westerståhl i artikeln *Objective news reporting - general premises* såhär:

“The requirement of balance generally becomes an issue when news reporting deals with conflicting parties” (Westerståhl, 1983, s. 417).

När balans har mätts inom medieforskning har det ofta handlat om mängden utrymme som har tilldelats de olika parterna i en viss konflikt. Bland annat mäts argument och uttalanden, samt negativa eller positiva vinklar som appliceras på parterna. Förekomsten av en balanserad rapportering är enligt Westerståhl en fråga om ifall ens mål med artikeln är att åstadkomma en oberoende spegling av verkligheten. Som exempel på balanserad rapportering i ett dagligt journalistiskt arbete berättar Westerståhl om det Norska public service. När det rapporterades om en part i en konflikt, var reportrar tvungna att leta upp nyheter från motstående part. Vid en flerparts konflikt blir det här genast mer komplicerat. Om en part är mindre framstående och inte gör lika många uttalanden som en annan blir det stor skillnad i tilldelat utrymme för de olika parterna. Det kan även vara så att händelsen i sig är av en karaktär som bara av att existera resulterar i negativt eller positivt fokus på någon av parterna. Westerståhl argumenterar om att det är orimligt att kräva total balans i rapporteringen, men att man kan kräva att relevanta parter i en konflikt inte ska bli ignorerade. Inte heller ska en ensam part bli huvudfokus när det finns information om relevanta parter att tillgå.

Det har därför varit av vikt för den här uppsatsen att se till artikelns ämne för att undersöka vilka aktörer som får eventuellt företräde. Sedan har även varit av intresse att undersöka hur balansen mellan aktörer med makt och utan makt utformas.

Sedda ur ett journalistiskt perspektiv är aktörer nyhetskällor. Både de som intervjuas/gör uttalande/framträder i nyhetsartiklar och de som omnämns i nyhetsartiklar. Uppsatsen har undersökt vilka aktörer som får ta plats i media samt hur de gestaltas, därför är det viktigt att definiera begreppet aktörer. Återigen är det värt att poängtera aktörer för den här uppsatsen är de personer som förekommer i artiklar och de kan både och vara subjekt och objekt. De kan bli citerade, men även omnämnda. Fler aspekter av aktörer hämtas från *Environment, Media and Communication* av Anders Hansen (2019) där claims-maker i debatten kring klimatet diskuteras.

The type of claims-maker that perhaps most easily comes to mind in relation to environmental debate and controversy is probably environmental pressure groups, but there are clearly many others – government departments, scientists, economists and not least the businesses and industries whose “operational practices are often the subject of environmental debate and controversy.

(Hansen, 2019, s.38).

I citatet ovan används claims-makers och inte aktörer. En claims-maker är någon som vill föra fram ett specifikt budskap inom ett specifikt ämne. En aktör skiljer sig från claims-makers genom att aktörer inte måste ha en agenda. Dock är grupperna i stor utsträckning samma som claims-makers; forskare, intresseorganisationer och företag exempelvis. Därför ser vi denna diskussion som en bra inspirationskälla för att kategorisera aktörer i klimatdebatten.

Som konstaterats tidigare utgörs gestaltning av val som görs av journalister. När aktörer väljs ut till en artikel kommer vissa aktörer att väljas före andra av olika orsaker. En av anledningarna kan vara att redan framstående individer får vara aktörer för dess inneboende nyhetsvärde. I artikeln *Framing climate change* (Shehata & Hopmann, 2012) skriver författarna om en tendens som finns inom journalistik som täcker stora politiska frågor. Författarna menar att journalister tenderar att använda sig av framstående politiska aktörer. Shehata och Hopmann lyfter fram det som kallar för “the index hypothesis” framtagen av Lance Bennet (1990). Enligt Bennet följer medierapporteringen de synpunkter och aktörer som redan är etablerade i den politiska diskussioner inom ett specifikt ämne.

Rapporteringen drivs och blir beroende av politiska aktörer och tenderar att nedprioritera användningen av icke-politiska aktörer.

De personer som Bennet (1990) kallar för “elite political actors” eller officiella aktörer, besitter “habitual access”, en inrotad tillgänglighet till media, då de i sin roll redan innehar ett nyhetsvärde. För att icke politiska aktörer ska kunna lyckas bli uppmärksammade av media måste de förlita sig på “disruptive access”. Alltså måste de som inte har “habitual access” störa den vardagliga bevakningens planer, avbryta dem, för att få ta en del av det mediala utrymmet (Molotch and Lester, 1974). Ett

exempel skulle kunna vara en aktion, ett spektakulärt uttalande till exempel. Orsaken till att officiella aktörer får företräde kan vara en kombination av det journalistiska idealet av opartiskhet och att innehav av makt och politiska positioner ger nyhetsvärde i sig självt (Shehata & Hopmann, 2012). Artikeln är relevant för den här uppsatsen eftersom en del i den är att identifiera eventuella skillnader mellan de år som undersöks (2010 och 2022). Det kan vara så att specifika ämnen börjat bli dominerade av andra sorters aktörer. Vi har även undersökt förekomsten av mindre etablerade aktörer såsom privatpersoner, och hur de lyckats bryta igenom med eventuell hjälp av “disruptive access”.

Utöver att undersöka vilka aktörer som får delta i klimatnyheter är det intressant att undersöka hur aktörerna uttrycker sig. Anders Hansen skriver i *Environment, Media and Communication* (2019) om att aktörer och deras uttalande i media påverkar diskussionen kring klimatförändringarna. I en amerikansk studie om rapporteringen kring klimatnyheter såg Trumbo (1996) ett tydligt samband. Han upptäckte att de som framträdde i media, exempelvis forskare, politiker eller intresseorganisationer påverkade hur klimatfrågan gestaltades. Då diskussionen kring klimatfrågan hade ändrat riktning drogs slutsatsen att vem som fick fram sitt budskap var av större vikt än hur budskapen presenterades. Därför har det varit relevant för oss att undersöka vilka aktörer som får höras och uttala sig i media.

Vidare skriver Hansen (2019) att det som talar för att det är viktigt för aktörer att få del av det utrymme som medierna är med och fördelar. Det lyfts dock fram att det också är av stor vikt hur vinkeln utformas, att kampen inte bara handlar om utrymmet i sig utan också om vems version av historien som berättas. Utrymmet är också något som aktörer i större utsträckning själva kan påverka, medan vinkel, diskurs och gestaltning i stor utsträckning beslutas av journalisten. Det gör delen om *hur* utrymmet utformas av journalisterna till en viktig del i vår undersökning.

4.3 Dimensioner av aktörsgestaltning

I denna uppsats ämnar vi att undersöka vad som bestämmer att en aktör väljs oftare än en annan. Inneboende saker hos aktören tilldelas roll, till exempel ålder och kön men även aktörens formella position i samhället och hur den kan användas i den aktuella artikeln. När aktörsgestaltningen studeras undersöks hur aktören framträder i

media och om den får uttala sig eller om den blir omtalad. Ytterligare har vi tittat på aktörens presentation, roll och vilken demografi som aktören tillhör, samt ifall aktörer benämns med värdeladdade ord och isåfall vilka. Det vi menar med presentation är den formella titel eller presentation som ges till en aktör. Det vill säga om aktören varit politiker, forskare eller privatperson. De tilldelas sedan en roll i artikeln. Roll är en bredare definition och handlar om på vilket sätt som aktören används i artikeln och vilken kontext aktören befinner sig. Till exempel kan politikern vara ansvarig eller en expert, eller aktivisten vara ett offer eller en expert. Vi har även sett till vilket kön och ålder som aktören har för att undersöka eventuella demografiska skillnader.

Skillnad på roll och presentation är viktig att specificera. Presentationen av aktören handlar i denna uppsats om vilket ord författaren till texten(journalisten) använder för att beskriva aktören. Till exempel är en aktörspresentation i en artikel det som kommer efter att namnet skrivs ut; forskare, politiker, aktivist eller boende etc. Det är viktigt att inte blanda ihop detta med den mindre synliga rollen, som är mer abstrakt. Det handlar mer om i vilket ljus personen får framträda. Får en aktör rollen som offer för en situation, eller någon som ska berätta "hur det ligger till" och därmed vara någon typ av expert? Alltså den roll som aktören tilldelas i den kontext som artikeln utgör.

En av de faktorer som tidigare visats ha stor betydelse för vilken roll en person tilldelas, är vilket kön och ålder som personen har. Experter är oftast män. Räkna med kvinnor (Edström & Jacobsson, 2021) är en nationell rapport utifrån Global Media Monitoring Project (GMMP) som är ett internationell forskningsprojekt som undersöker kön i nyhetsmedier världen över. I rapporten skrivs det att nyheter handlar om att välja, och kontinuerligt inom nyheter och journalistik så väljs kvinnor bort. Rapporten redogör för hur kvinnor får delta inom olika aspekter av nyheter. Det som tas upp i rapporten som är av särskilt intresse för den här uppsatsen är bland annat andel kvinnor och män inom olika ämnen i svenska nyheter 2020 och kvinnor och mäns olika funktioner i svenska nyheter 2020. Just gällande funktioner så handlar det om vilken funktion som den manliga eller kvinnliga aktören har i artiklarna som undersöks. Det som visas är att män 4 gånger av 5 får vara en form av en expert. Vi har inte undersökt vilka funktioner som aktörerna har, utan istället har

vi, precis som nämnts tidigare, undersökt aktörernas roller. Roll och funktion innebär inte helt samma sak, men med hjälp av de två begreppen undersöker man snarlika saker. Aktörerna som undersökts i den här uppsatsen har kodats som expert, offer, ansvarig, drabbad och kritiker. I uppsatsen har man även undersökt andel kvinnor och män inom olika ämnen i svenska nyheter, för att se till eventuell skillnad mellan den här undersökningen och *Räkna med kvinnor* (Edström & Jacobsson, 2021).

I undersökningen har vi även sett till aktörernas ålder för att undersöka eventuella skillnader i hur olika åldersgrupper gestaltas inom klimatjournalistik. Bland annat har förekomsten av de olika åldersgrupperna undersökts. I rapporten *Får äldre vara med i mediasamhället* (Bergström & Edström, 2020) från delegationen för senior arbetskraft kan man se på statistik som visar hur åldersfördelningen och könsfördelningen ser ut i svensk media. Den vanligaste förekommande gruppen enligt rapporten är unga kvinnor. Det vill säga kvinnor i åldern 15-29 år. Deras rapport visar också att äldre förekommer i begränsad utsträckning i media, speciellt äldre kvinnor – de är nästan osynliga i medierapporteringen.

“Mediebilderna av äldre är, som denna rapport visar, problematiska och de riskerar att bidra till diskriminering. Äldre förekommer endast i begränsad utsträckning i mediernas olika berättelser – i nyheter och i fiktion – och många gånger framställs de som en svag och homogen grupp.”

(Bergström & Edström, 2020, s.31)

Ålder har undersökts i den här rapporten, dock ser åldersgrupperingen annorlunda ut eftersom det var enklare att placera aktörer i åldersgrupper som är bredare. En aktör har kunnat koda som ett barn (0-18), vuxen (19-59) eller senior (60+).

Som det nämndes tidigare har det sätt som aktörer benämns varit av vikt för undersökningen. Positiva och negativa ord vid benämning av aktören påverkar gestaltningen. Brent Spar-kontroversen är namnet på de protester och den uppståndelse som följde efter avslöjandet om att Shell planerat att dumpa en oljeförvaring i Atlanten. I Hansen (2019) används mediebevakningen av detta som ett exempel på hur sociala eller politiska förändringar kan påverkas av aktörer och claims-makers. Miljöorganisationen Greenpeace var vanligt förekommande under kontroversen. En analys av den brittiska pressen visar hur Greenpeace har benämnts i

olika brittiska tidningar. I The Telegraph refererades Greenpeace till exempel till som “self righteous”, “rebels”, “extreme eco-warriors” och “militant group” alltså en negativ benämning till skillnad från hur det vanligtvis blir benämnda, som “campaigners” och “activists”. I tidningen The Mail och The Mirror används ord som “heroic”, “idealistic protesters” för att beskriva Greenpeace och “multinational” och “greedy giant” för att beskriva Shell. I The Telegraph gestaltas Greenpeace istället som kraftfulla aktörer och ett hot mot både mot företagande och demokratin. The Mirror som gestaltat Greenpeace på ett positivt sätt och Shell negativt legitimerar på så sätt Greenpeace handlingar. Detta illustrerar tydligt hur stor skillnad det kan vara på hur händelser och aktörer gestaltas i klimatkussionen och att olika typer av gestaltningen får olika betydelse. Eftersom vi i denna uppsats har ägnat oss åt att undersöka hur aktörer gestaltas i just klimatkussionen är detta exempel mycket relevant för vår undersökning.

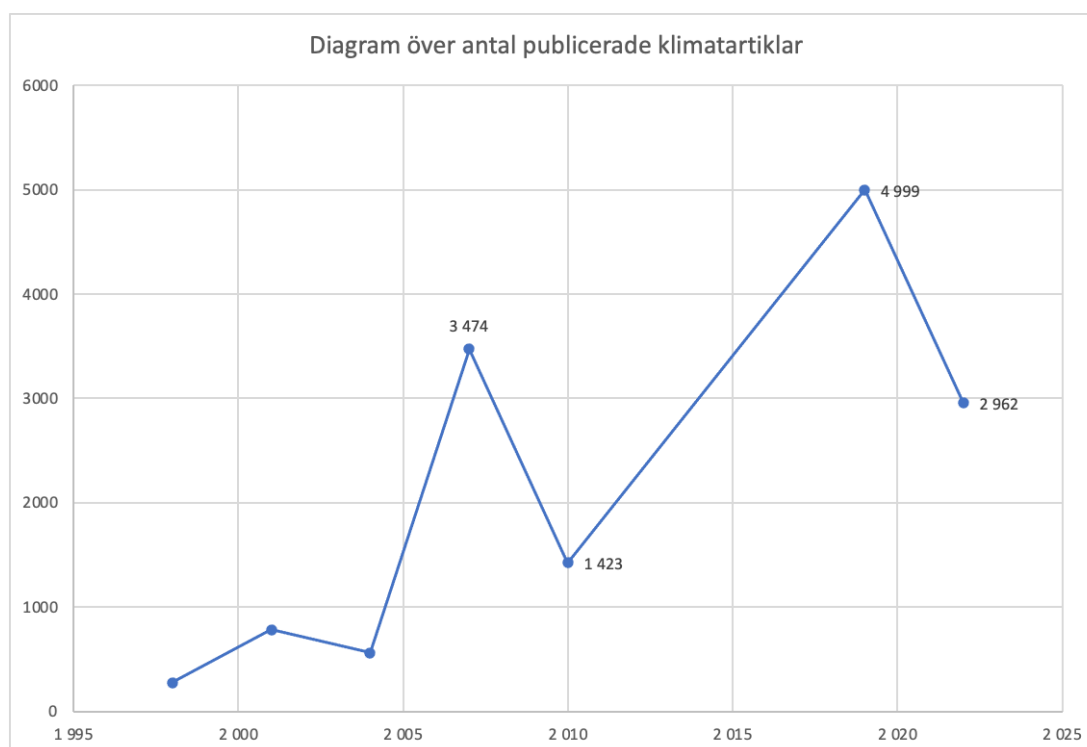
5.0 Metod och material

5.1 Material och avgränsning

I undersökningen kommer Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, Aftonbladet, Expressen att användas som källor till de nyhetsartiklar som kommer att undersökas. Just de tidningarna är enligt Kantar Sifo, som utför bland annat medie- och opinionsundersökningar, de fyra största nyhetstidningar i Sverige (Kantar Sifo u.å). Vi väljer att använda oss av landets fyra största tidningar eftersom vi då får två representanter från morgonpressen, och två från kvällspressen. Vi har även valt att endast använda oss av nyhetstidningar utan specifik inriktning på innehåll. Vi kunde ha tagit med den femte största tidningen i Sverige; Dagens Industri. Dock är Dagens Industri en mer renodlad affärstidning med fokus på affärer, företag och börsen. De eventuella artiklarna som skulle kunna användas i den här undersökningen kommer gissningsvis att ha ett fokus på just affärer, företag och börsen.

Undersökningsmaterialet består av två syntetiska veckor, en från 2022 och en från 2010. Detta för att undersöka eventuella förändringar över tid. En syntetisk vecka utformar sig som så att man undersöker måndagen vecka 43, tisdagen vecka 44, onsdagen veckan 45 osv. På så vis kan man undvika att enskilda händelser dominerar det undersökta nyhetsflödet. Anledningen till att vi väljer just år 2022 och 2010 är delvis för att båda åren är valår, vilket vi anser gör dem mer jämförbara. Vi vill också vara så aktuella som möjligt, och väljer därför 2022. Båda åren är även tre år efter större klimathändelser, Klimatmötet på Bali 2007 och Fridays for Futures ankomst 2019, som bidragit till att antalet klimatartiklar ökat kraftigt (se figur 5.1). Tre år senare har antalet sjunkit något och därav tror vi att dessa enskilda händelser inte i lika stor utsträckning riskerar att påverka materialet och i sin tur resultatet.

Figur 5.1.



Kommentar: Figuren visar antal träffar med hjälp av klimatsökord på mediearkivet. Urvalet bestod av DN, SvD, Expressen och Aftonbladet, endast print. År 2007 = 3 474 träffar, år 2010 = 1 423 träffar, år 2019 = 4 999 träffar, år 2022 = 2 962 träffar.

5.2 Urval

Materialet som samlas in från tidningarna har hämtats från mediearkivet. Sökningar på nyhetsartiklar kommer att göras för att ringa in det material som efterfrågas, det vill säga artiklar som berör klimatfrågan. Ledare, krönikor, kultur- och sportartiklar kommer att förbises då det är nyhetsartiklar som skall undersökas. Detta för att det kändes som ett tydligt sätt att avgränsa för att få ett hanterbart material.

Endast de artiklar där klimatfrågan spelade en tydlig roll kodades. Om exempelvis klimatförändringarna endast nämndes i en bisats eller ett kort stycke kodades inte artikeln. Sökorden som användes på Mediearkivet för att få fram relevanta artiklar var *klimatförändring, klimatförhandling, koldioxidutsläpp, klimathot, global uppvärmning, växthuseffekt, klimatförhandling, klimatavtal klimatfråga,*

klimatpolitik, Kyotoavtal, växthusgas, klimatmöte, klimatpåverkan, klimatmål, utsläppsrätt, Greta Thunberg.

I händelse av att en dag ur den slumpvalt syntetiska veckan saknade artiklar, valde vi att först se om dagen efter i den slumpvalda veckan hade några artiklar skrivna, och därefter om dagen före hade några. Efter diskussion om huruvida det vore bättre att använda sig av den tomma dagen, kom vi fram till att det viktiga för oss är att ha material för att kunna undersöka aktörsgestaltning. Hur ofta det rapporterades om klimatjournalistik var inte lika intressant för oss.

5.3 Metod

I boken *Metodpraktikan* (Esaiasson, 2017) kan man läsa att den kvantitativa innehållsanalysen är en bra metod att använda sig av när man undersöker förekomsten av olika typer av kategorier i ett material. Både hur mycket plats som ges gällande utrymme, och hur lång tid en aktör förekommer och hur ofta det sker.

Kvantitativ metod passar bra för denna uppsats, då målet är att undersöka just hur ofta och vilken typ av aktör som förekommer i olika typer av nyhetsartiklar. Ett vanligt förekommande argument för att använda just kvantitativ innehållsanalys, är att frågor, händelser och aktörer som anses ha stor betydelse också ofta förekommer i media. Eftersom hur stort utrymme frågor, händelser, aktörer får i media är av stor betydelse är det viktigt och relevant att undersöka (Esaiasson, 2017).

Utöver att vi tog reda på vilka aktörer som förekom i klimatnyheter så undersöktes även på vilket sätt aktörerna gestaltades. Detta gjordes på ett antal olika sätt. Ett av sätten handlade om att undersöka vilka ord som användes för att beskriva aktörer. I *Environment, Media and Communication* (Hansen, 2019) tas exemplet med "Brent Spar-kontroversen" upp. Exemplet visar på hur vissa ord har en negativ betydelse och andra en positiv. När vårt inhämtade material analyserades fångade vi upp benämningar av aktörer och vilka ord som användes och tolkades sedan som antingen positiva eller negativa med hjälp av exemplet i *Environment, Media and Communication* (Hansen, 2019). För att en aktör ska bli behandlad negativt i artikeln kan det förekomma negativt värdeladdade ord för att beskriva aktören. Det kan även framföras kritik mot aktören i texten. För att en aktör ska kodas som positivt behandlad an positivt värdeladdade ord förekomma för att beskriva aktören. Aktören

kan även få medhåll av journalisten eller andra aktörer i texten. Ett värdeladdat ord definierar vi som ord som uttrycker en värdering. Ett ord som inte bara är deskriptivt, utan också innebär någon typ av ställningstagande, till exempel: “pamp”, “frihetskämpe” eller “miljöbov”.

Vi inkluderade kön som en variabel för varje aktör, för att kunna mäta skillnader och likheter. Ett av målen med uppsatsen var alltså att med stöd i *Räkna med kvinnor* (Edström & Jacobsson, 2021) se om de tidigare skillnader som funnits, där kvinnor betydligt mer sällan än män får en expertroll, är sig likt även i vårt material. Även om så inte skulle vara fallet, så ser en könsvariabel till att de andra eventuella skillnader som kanske finns, inte går oss förbi. Även ålder inkluderades som en variabel för varje aktör, med samma mål att söka efter skillnader och likheter.

5.4 Operationalisering och genomförande

För att kunna besvara våra forskningsfrågor skapades en kodbok med genomarbetade variabler som gjorde våra frågeställningar mätbara, samt fastställde analysenheterna. I *Metodpraktikan* (Esaiasson, 2017) skriver författaren att en kodbok ska skapas för att vara till hjälp när man kodar och undersöker sina analysenheter. I Kodboken ska samtliga variabler och tillhörande variabelvärden finnas. Kodboken som skapades utgjordes av olika formvariabler samt innehållsliga variabler. En formvariabel svarar på frågor om utformandet av analysenheten, såsom var artikeln är publicerad, längd på artikeln, om bilder finns, med mera (Esaiasson, 2017).

Eftersom det är aktörer som undersöks i föreliggande studie är den självklara analysenheten de aktörer som tar plats i artiklarna. Aktörsframträdanden är vår analysenhet och vi kodade max tre aktörsframträdanden per artikel, för att få ett rimligt material för oss att undersöka, tidsmässigt. Dock var det även av relevans att undersöka hur aktörerna blev presenterade i artiklarna. Därför inkluderades även formvariabler för de artiklar som undersöktes, men dessa kopplades till den aktör de tillhörde. Utöver formvariabler skapade vi ett antal innehållsliga variabler som enligt *Metodpraktikan* (Esaiasson, 2017) utgör kärnan för en undersökning. Vi kodade huvudsakligt sakområde för artikeln, ålder och om aktörerna framför någon form av åsikt. Efter att variablerna skapades tilldelades varje variabel ett antal värden för att de skulle bli mätbara.

För att försäkra att undersökningens reliabilitet var hög, har kodningsprinciper och tolkningsregler arbetats fram gemensamt i gruppen (Esaiasson, 2017). Detta för att variabler skulle kunna koda på ett så likt sätt som möjligt, oavsett om författarna från början hade olika uppfattning om vad de olika variabelernas innebörd var. Till exempel bestämde gruppen gemensamt att variabelvärdet "miljökonsekvenser av kilamtförändringar" innefattade naturkatastrofer såsom andra miljökonsekvenser som inte är naturkatastrofer. Ett annat exempel är att vi valde att klimataktion ska definieras som en specifik anordnad aktion för klimatet som inte är en del av en persons vardag. Till exempel en demonstration, eller en matstrejk.

Kodboken består av en mängd variabler, framarbetade genom en gemensam avvägning av vilka som är av relevans för denna undersökning, baserat på den teori och tidigare forskning som resten av uppsatsen bygger på. För att besvara våra frågeställningar har vi använt oss av en deduktiv ansats, alltså byggt variablerna på tidigare forskning om aktörer, gestaltning och klimatjournalistik. Efter det modellerades vissa variabler om, för att tydliggöra variablerna med målet att vem som helst ska kunna plocka upp kodboken och utföra en undersökning med samma resultat. Med andra ord har vi försökt nå en god replikerbarhet, och därmed också bygga en hög validitet.

Nedan kommenterar vi och förklarar särskilda, mindre självklara, variabler. Allt går också att läsa i kodboken, som finns bifogad som bilaga.

Artikeltyp som aktör tar plats i (Variabel 6)

Variabeln är till för att se om det finns kopplingar mellan aktörer och artikeltyp.

Förekommer exempelvis politiker ofta i reportage eller i notiser?

De sex kategorierna baserades på längd och form. En notis är en mycket kort text, som väldigt rakt berättar om en händelse. Ett reportage är en längre text, ofta med många miljöbeskrivningar, som beskriver ett skeende och inte nödvändigtvis måste vara baserat på en "just-nu"-nyhet. En nyhetsartikel är den vanligaste formen av text, med en fängande rubrik, en ingress och en eller flera aktörer som kommenterar en nyhetshändelse. En granskning benämns ofta i texten som just en granskning, och är en större kartläggning över något. Ett personporträtt är en text som är längre,

innehåller miljö-och personbeskrivningar likt ett reportage, men fokuserar på en person istället för en händelse.

Ämnesområde (Variabel 7)

Den här variabeln mäter vilka olika ämnesområden som artiklarna berör. Genom att studera ämnesområdena kunde vi dra slutsatser om vilka aktörer som får synas i vilka kontexter.

Om det är flera ämnen som tas upp i en artikel, så kodas det ämne som framstår som viktigast i artikeln. Om det inte går att avgöra så kodas det ämne som står i rubrik/ingress. Om inte det går att avgöra så tas det som står först i rubrik eller ingress. Om exempelvis debatt och sakområde överlappar, är sakområde överordnat. En debatt om politiska beslut gällande flygskatt kodas som flyg. För att en artikel ska kodas som debatt kan inte fokus ligga på ett sakområde, utan snarare att artikeln är ett referat eller sammanfattning av en hel debatt. Samma sak gäller för sakområde och forskning och även politiska beslut.

Klimataktion är en specifik anordnad aktion för klimatet som inte är en del av en persons vardag. T.ex en demonstration, eller att matstrejka.

Miljökonsekvenser av klimatförändringarna innefattar nyheter om naturkatastrofer kopplade till klimatförändringar, som av enligt NE definieras på detta sätt:

“naturkatastrof, katastrof orsakad av naturliga händelser med allvarliga följder för samhälle och miljö” (Nationalencyklopedin, u.å.)

Även nyheter som inte är direkta naturkatastrofer kan kodas som *Miljökonsekvenser av klimatförändringarna*. Exempel på det kan vara en nyhet som handlar om att isarna i Arktis smälter eller att Kebnekaises högsta topp har blivit lägre. Vi kommer dock bara koda de artiklar som faktiskt berör klimatförändringar.

När ämnesområde kodas, prioriteras alltid sakfrågan. Är det till exempel en politisk debatt om flyg, så är flyget sakfrågan och därmed huvudämne för artikeln. Det samma gäller om till exempel en cyklist uttalar sig om industrins konsekvenser för klimatförändringarna.

Namn på aktör (Variabel 8)

Den här variabeln skapades för att enkelt kunna gå tillbaka och hitta den aktuella aktören ifall det skulle krävas.

Huvudaktör (Variabel 9)

Variabeln skapades för att göra det möjligt att se om vissa aktörer fick vara huvudaktör oftare än andra. Huvudaktören är personen som är mest i fokus i texten. Är man osäker så kodas den person som först nämns som huvudaktör.

Kön (Variabel 10)

Variabeln är en formvariabel där aktörens kön kodades in. Ifall aktören inte var en person med ett kön utan istället exempelvis ett företag så fanns kategorien *icke-mänsklig aktör*.

Ålder (Variabel 11)

Om ålder inte framkommer av texten så säkerställs den genom att söka efter personen på nätet. En osäker ålder kodas som Oklart/framgår ej.

Framträdandeform (Variabel 12)

Variabeln skapades för att kunna se vilka aktörer som blev citerade eller omnämnda. De variabelvärden som fanns att koda var 1) intervjuas, gör uttalande, framträder. 2) omtalas. 3) oklart/framgår ej.

Presentation av aktör (Variabel 13)

Variabeln mäter hur aktörerna presenteras och ska visa vem aktören är. Är det en forskare, politiker, aktivist m.m.? När vi valt hur personer presenteras gör vi skillnad på till exempel *anställd vid företag* och *företag*. När någon kodas som företag innebär det att den är någon typ av officiell talesperson för företaget, medan en anställd kan vara någon som delvis ställer sig "emot" företaget och representerar anställda eller bara sig själv. Samma sak gäller för anställda vid myndighet och myndigheter, samt aktivister och miljöorganisationer, för de aktivister som tillhör en miljöorganisation. Alla aktivister kommer inte att ingå i en organisation utan representerar endast sig själv.

Vilket parti, vilken miljöorganisation, aktör på bild (Variabel 14, 15, 16)

Det här variablerna är till för att kunna gå djupare inom aktörspresentationerna. Ifall aktören kodades som politiker eller miljöorganisation under variabel 13. Kommer variabel 14 och 15 kunna fyllas i för att koda vilket parti och miljöorganisation som förekom. Variabel 16 är endast till för att se om aktören fick vara med på bild eller inte.

Aktörens roll (Variabel 17)

Variabeln mäter hur aktörer används i de olika artiklarna, alltså vilken roll som de tilldelas av journalisterna.

Olika roller har olika funktioner i texten. Aktörens presentation påverkar rollen. Vissa titlar har en inneboende riktning i vilken roll som aktören kommer bli tilldelad i texten. Textens huvudämne kan också ha effekt på aktörens roll, om den till exempel handlar om ett företag som släpper ut mycket koldioxid och en forskare kommer med fakta och kritik, så är forskaren kritiker. Handlar texten däremot om en forskares nya avhandling och denne mest berättar om den men också nämner kritik mot samhälleliga instanser så är det inte en kritiker, utan en expert. Vid första anblick kan det vara svårt att skilja på de två variabelvärdena offer och drabbad. Vi ser att en person som tilldelas roll som drabbad är berörd i en bredare bemärkelse än vad ett offer är. En drabbad person kan vara ett vittne till en händelse eller situation, som den får vittna om. Offret är i en mer utsatt position där man blir direkt negativ berörd. Till exempel en person som måste lämna sitt hem på grund av översvämningar, eller en person som inte kan ta sig till sitt jobb på grund ut av för höga bränslepriser. Oavsett vad som har hänt personen så handlar det om hur journalisten använder personen i texten. Offret används som ett exempel på en utsatt person som inte har makt att påverka sin situation. Det som skiljer rollerna drabbad och offer åt är att den drabbade får vara ett subjekt medan offret mer är ett objekt.

Uttrycker aktören en åsikt? (Variabel 18)

Variabeln baseras på teorin om “the index hypothesis” framtagen av Lance Bennet (1990). Han diskuterar hur officiella aktörer som exempelvis politiker har en “habitual access” och icke officiella personer har en “disruptive access”. Det krävs olika saker för olika aktörer att de ska få kunna bryta igenom och göra sin röst hörd. Den här variabeln gör det möjligt att dra slutsatser kring vilken access som olika aktörer använder sig av.

För att en aktör ska kodas som att den uttrycker en åsikt menar vi att den kommer med värderande uttalanden inom artikelns ämnesområde. Såsom att den ställer sig negativt till utbyggnad av kollektivtrafiken. Eller att en politiker är kritisk mot ett annats partis klimatpolitik.

Används värdeladdade ord vid aktörsbeskrivning och isåfall vilka?

(Variabel 19 och 20)

Variablerna grundas i Anders Hansens exempel i *Environment, Media and Communication* om “Brent Spar-kontroversen operationaliseras till variabel 19 och 20, som undersöker om det används värdeladdade ord för att beskriva aktören och isåfall vilka.

Hansens exempel visar på hur olika samma aktör kan bli beskriven och hur stor betydelse enskilda ord och beskrivningar har för hur aktören gestaltas. Ett värdeladdat ord definierar vi som ord som uttrycker en värdering. Ett ord som inte bara är deskriptivt, utan också innebär någon typ av ställningstagande, till exempel: “pamp”, “frihetskämpe” eller “radikal”. I vårt undersökta material framkom ett flertal sådana ord. Exempelvis beskrivs aktörer som “eldsjäl”, positivt laddat ord, “nonchalerande”, negativt laddat ord, “engagerad berättare och upplysare”, positivt laddade ord.

Hur behandlas aktören? (Variabel 21)

Variabeln skapades för att kunna se på olika skillnader i hur aktörer behandlas. För att en aktör ska bli behandlad negativt i artikeln kan det förekomma negativt värdeladdade ord för att beskriva aktören. En aktör i vår undersökning beskrivs med de positivt laddade orden “engagerad berättare och upplysare”, aktören kodades sedan som positivt behandlad. En annan aktör beskrevs med det negativt laddade ordet “nonchalerande” och kodades sedan som negativt behandlad. En aktör kan dock kodas som neutralt behandlad även om värdeladdade ord om de överlag blir neutralt behandlade. Det kan även framgå kritik mot aktören i texten, till exempel att journalisten själv säger emot den intervjuade eller låter många fler säga emot än hålla med. För att en aktör ska kodas som positivt behandlad an positivt värdeladdade ord förekomma för att beskriva aktören. Aktören kan även få medhåll av journalisten eller andra aktörer i texten, andra aktörer som instämmer till vad den tidigare sagt eller att journalisten själv backar personen med t.ex. fakta.

5.5 Metoddiskussion

En kvantitativ metod blir bättre och mer tillförlitlig desto fler enheter som undersöks, vi undersökte 204 analysenheter (aktörer) utspridda på de fyra största tidningarna, 2010 och 2022. Vi anser att det är ett tillräckligt stort antal för att dra vissa generaliserbara slutsatser. Exempelvis så är urvalet stort nog för att svara på vilka aktörer får uttala sig, då det bygger på all insamlad data. Om man vill titta närmare på enskilda variabler finns det risk för att urvalet är för litet för att dra generella slutsatser. Det hade kunnat lösas med ett större urval vilket också hade gett ett säkrare resultat. Anledning till att inte ett större urval undersökts är att det föll utanför ramen av vad som är rimligt att hinna med i kandidatuppsats. I uppsatsens tidiga stadie diskuterades det både om en kvalitativ textanalys eller kombination av en kvantitativ innehållsanalys och kvalitativ textanalys skulle användas. En kvalitativ textanalys avser att texter ska läsas på ett noggrant sätt och på så sätt kunna fånga upp det som inte är synligt vid första anblick, (Esaiasson, 2017, s. 210). Vi argumenterade för att ett sådant tillvägagångssätt hade varit fördelaktigt för att undersöka aktörsgetsaltning. I den kvantitativa innehållsanalysen är utrymme och frekvens två centrala begrepp. Eftersom stort fokus i uppsatsen låg på att ta reda på vilka som får framträda i klimatnyheter(frekvens) så föll en kvalitativ textanalys bort (Esaiasson 2017, s.197).

Att en kvantitativ metod inte kombinerades med en kvalitativ metod berodde på tidsbrist och att ett kodschema skapats för att fånga in svar och ett bra diskussionsunderlag på frågor om hur aktörer gestaltas. För att säkerställa att kodboken fungerade testade vi vår kodbok genom att var och en kodade tre slumpmässigt valda artiklar. Första gången kom det fram några oklarheter och att vi hade kodat olika. Ett problem som uppstod var att vi hade olika definitioner av samma begrepp. Vi gjorde därför om kodschemat utefter de problem vi stött på och gjorde nya och tydligare definitioner av variabler och begrepp (som tagits upp i under Operationalisering/genomförande). Efter det kodade vi ytterligare en artikel för att upptäcka andra eventuella problem. Innan den riktiga kodningen började diskuterades kodboken med vår handledare och några ytterligare ändringar tillkom. Genom att den noggranna testkodningen genomfördes innan det riktiga material

skulle koda försäkrade vi att vi kodade helt rätt, och därefter undersökte vi det vi ämnar att undersöka. Med andra ord styrker vår testkodning uppsatsens validitet.

Under kodningen insåg vi att det hade varit fördelaktigt för vissa variabler att ha fler kategorier. Ett exempel är underkategorier till energi, 7.2. Den skulle med fördel kunnat ha alternativet “annat” för att bättre fånga in artiklarna med ämnesområden som inte direkt kunde klassas som “kärnkraft”, “förnybar energi” eller “fossila bränslen”. Endast ett fåtal gånger blev detta ett problem i vår kodning men det är framförallt en nackdel för replikerbarheten om undersökningen ska göras igen. Då skulle problemet kunna uppstå igen och eventuellt i högre utsträckning beroende på vilka artiklar som kodas. Syftet för denna uppsats är dock inte att undersöka artiklarnas ämnesområden utan aktörer. Därför anser vi att det endast är ett litet och inte har någon större påverkan på uppsatsens syfte.

Variablerna kön och ålder hade båda alternativet icke-mänsklig aktör för att fånga upp aktörer som inte är en enskild person, exempelvis ett företag eller en organisation. När resultatet presenterades såg vi att en relativt stor andel aktörer är icke-mänskliga. 37 procent av aktörerna var icke-mänskliga, större andel än både männen och kvinnorna. Männen utgjorde 36 procent och kvinnorna 20 procent. En trolig orsak till att så många kodades som just icke-mänskliga är att om ett företag och en representant för samma företag, exempelvis en chef på företaget, förekom i samma artikel kodades både företaget och representanten, helt enkelt för att en representant för ett företag och ett företag i sig är två olika aktörer. Det kan medföra ett problem i att icke-mänskliga aktörer kommer vara med bland citerade, vi anser dock att det inte är ett problem då vi kodar in framträdandet utifrån att företag eller organisation föra sin talan genom ett talesperson.

När material skulle hämtas från Aftonbladet kunde det ibland saknas klimatrelaterade nyhetsartiklar i tre hela veckor i streck. Det ledde till att två dagar i den syntetiska veckan blev utan någon artikel från Aftonbladet. Detta är främst en nackdel för att ett mindre urval analyseras och ett stort urval, som tidigare diskuterats är positivt för en kvantitativ innehållsanalys.

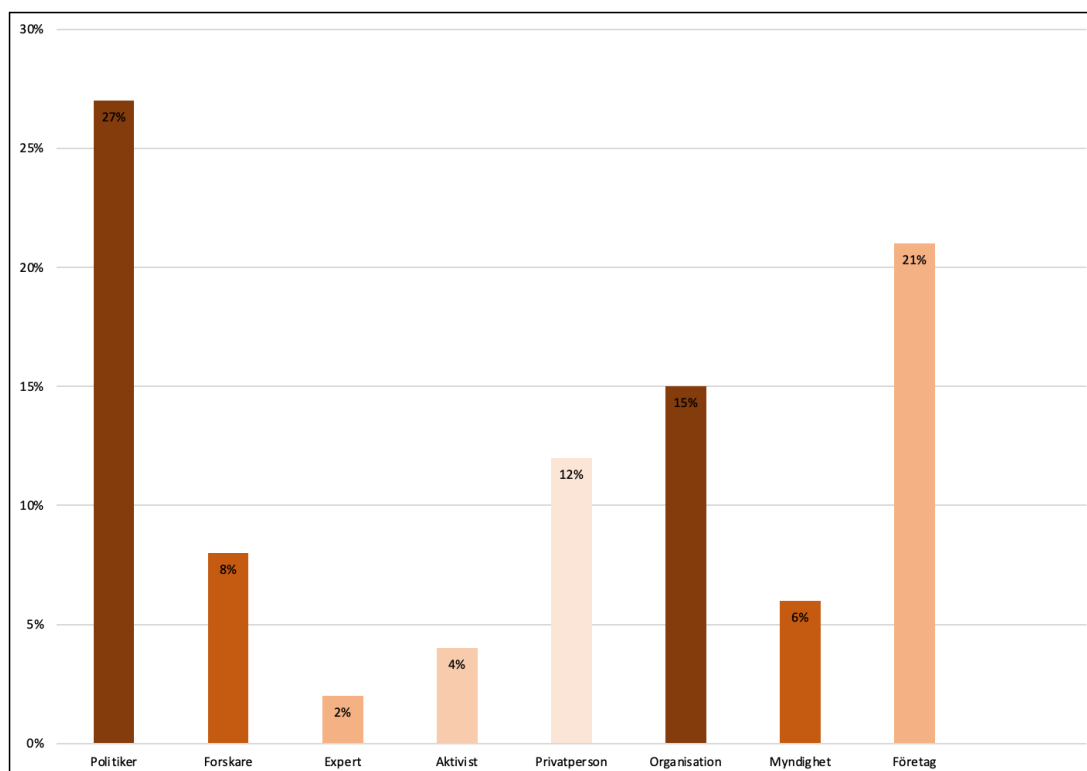
6.0 Resultatredovisning och analys

Resultaten från undersökningen kommer att presenteras med hjälp av figurer som presenteras i samma ordning som frågeställningarna placerats. Varje del innehåller också en analys av datan – först om sociala positioner, sedan om artiklarnas ämnen och aktörers framträdandeform. Vidare redovisas vilken roll aktörer tilldelas. Genomgående undersöks också eventuella skillnader mellan de två syntetiska veckorna, från år 2010 och år 2022.

6.1 Sociala positioner: manliga politiker i ledning

Nedan följer en presentation av vårt resultat som visar vilken presentation aktörer getts, vilken ålder och vilket kön de har. De tre variablerna använder vi för att mäta aktörers sociala position. Denna del ämnar besvara frågeställningarna: *Vilka sociala positioner har aktörer i klimatjournalistiken? Hur presenteras aktörer? Vilken ålder och vilket kön har de?* För att bygga en grund för avsnittet, börjar vi med en överblick över vilka presentationer som tilldelats aktörer, överlag.

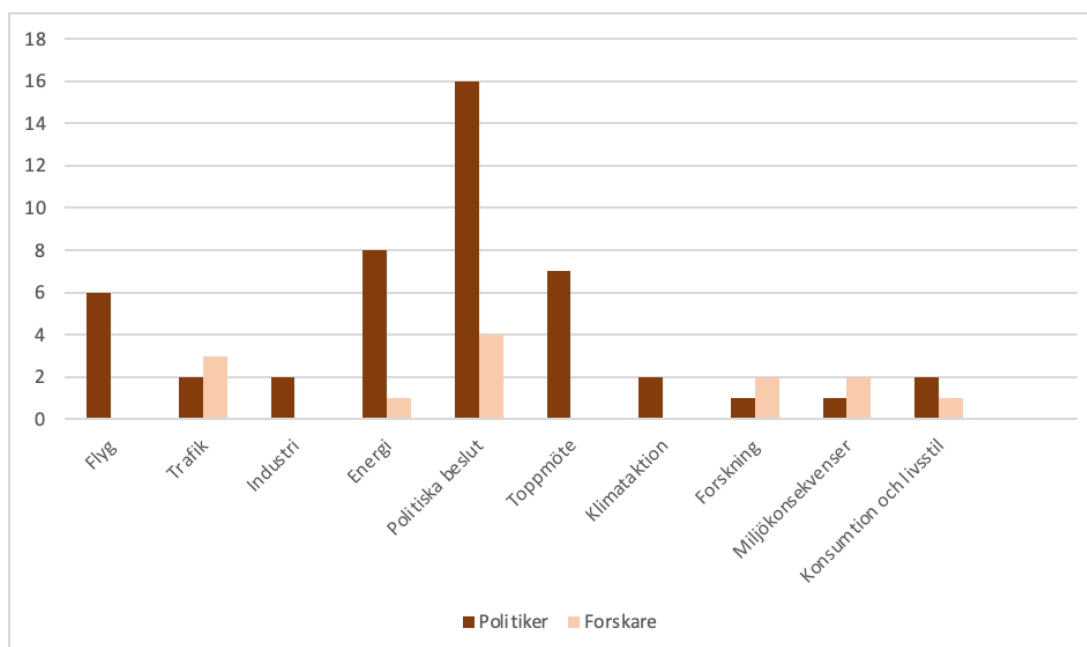
Figur 6.1 – Presentation av aktörer (procent)



Kommentar: Totalt kodades 204 aktörer, av dessa var 54 politiker, 42 företag och 17 forskare och två experter. Kategorin privatperson består av olika kategorier som slagits ihop; drabbad, aktivist, privatperson, anställd vid myndighet, anställd på företag, anställd på region.

Figuren ovan visar att de vanligast förekommande aktörerna i klimatjournalistik är politiker. Företag är den näst mest förekommande aktören. Den presentation som mest sällan ges är expert. Forskare förekommer också relativt sällan, endast i åtta procent av artiklarna. För att vidare besvara frågan om sociala positioner för dessa grupper, undersöker vi närmare vilka typer av texter forskare och politiker framkommer i och vilka ämnen de berör. Dessa två grupper är intressanta att vidare analysera, eftersom de kontrasterar som sällan förekommande och mest förekommande.

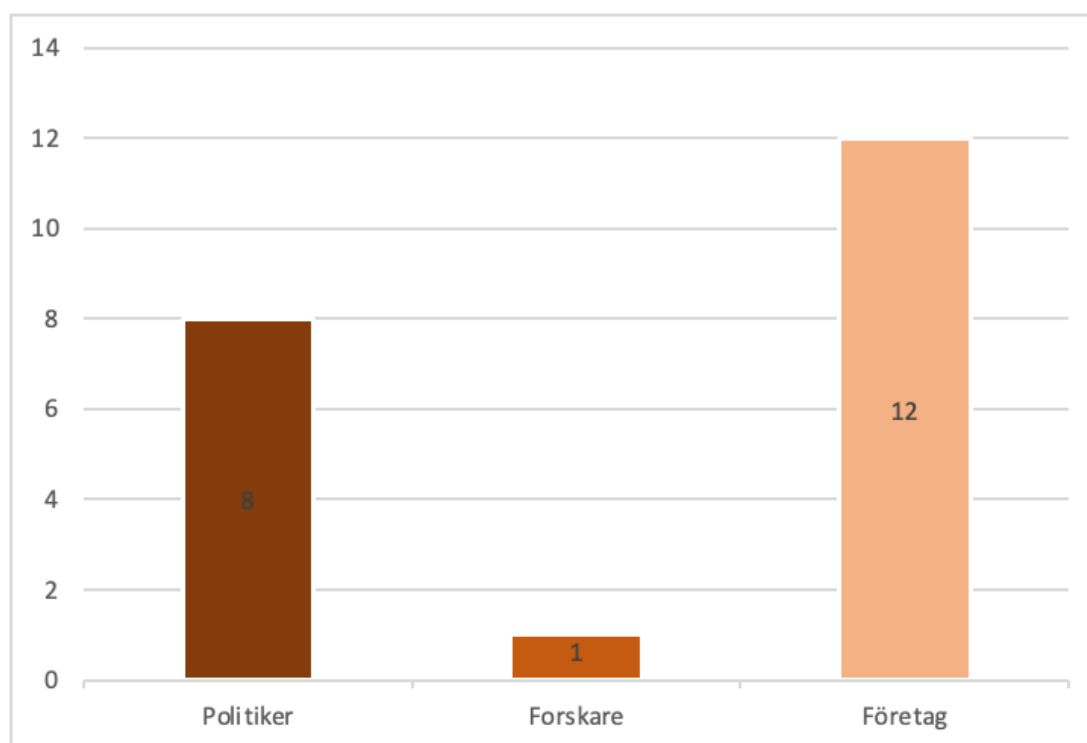
Figur 6.2 – Antal aktörsdeltaganden för forskare och politiker, fördelat på ämnesområden (antal)



Kommentar: 54 politiker och 17 forskare förekom, figuren visar alla aktörsframträdanden för forskare och politiker. Exempelvis har 16 politiker och fyra forskare förekommit i artiklar om politiska beslut. De deltog också i sju respektive tre artiklar som kodats med huvudämnet "annat", vilka inte ingår i figuren ovan.

Något som sticker ut med figuren är att inga forskare uttalat sig i en enda artikel när det kommer till flyg. Inte sällan är politiker med i diskussionen, enligt figuren ovan, men även företag uttalar sig ofta i just den frågan. Inte heller när toppmöten – klimatsamtal mellan de största makthavarna hålls – nämns eller uttalar sig forskare om saken. När det kommer till politiska beslut är forskare med en fjärdedel så ofta som politiker. De deltar desto mer när det kommer till miljökonsekvenser av klimatförändringarna och när det handlar om trafik. Energifrågan är också dominerad av politiker. Vi ska dyka djupare i vilka aktörer som, i bemärkelsen presentation, oftast deltar i artiklar med huvudfråga energi, ett exempel på ämne där politiker är betydligt mer förekommande, för att undersöka saken närmare.

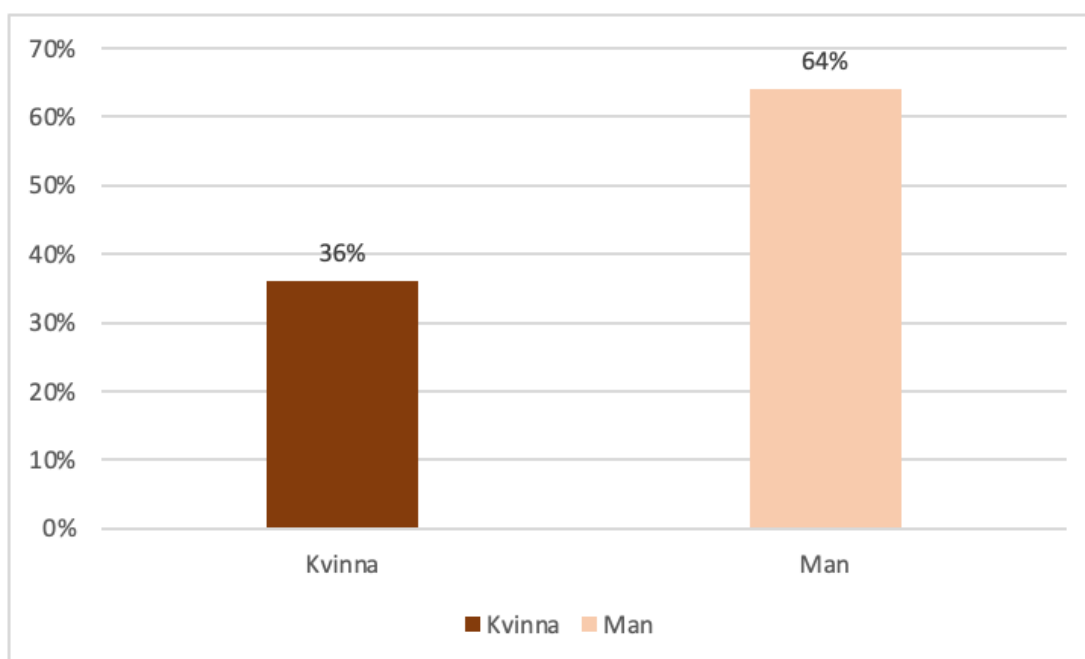
Figur 6.3 – Deltagande i artiklar på ämnesområde energi (antal)



Kommentar: Utöver dessa aktörer deltog en person som var anställd vid en myndighet, tre myndighetsrepresentanter och tre andra, okodbara, aktörer i artiklar med ämnesområdet som huvudfokus.

Figuren ovan gör tydligt att forskare är sällan förekommande i artiklar med huvudfokus på energifrågor. Företag förekom i tolv av de 28 artiklar som hade energi som huvudfokus. De var alltså med fler gånger än politiker, som i sin tur är med oftare än forskare. För att vidare besvara frågan om aktörers sociala positioner kommer vi nu undersöka könstillhörighet för aktörer. Vi börjar med en överblick.

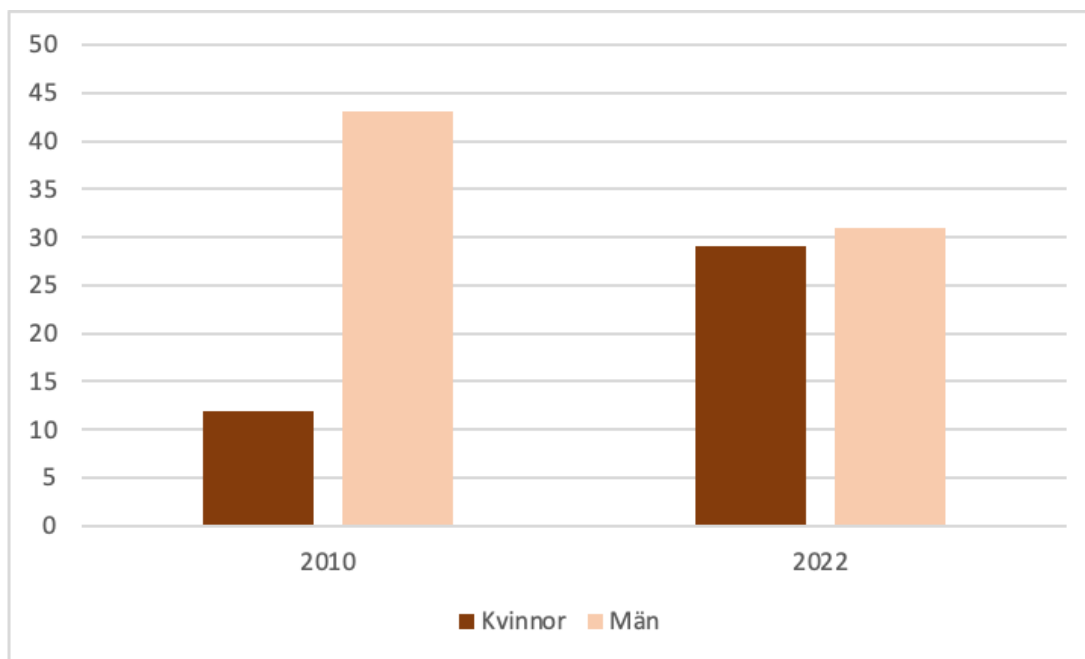
Figur 6.4 – Aktörers kön (procent)



Kommentar: Av de 204 aktörer som kodades var 41 kvinnor och 74 män. Resterande aktörer var icke-mänskliga eller okodbara i kategorin.

Figuren visar att män förekommer mer frekvent i klimatnyheter. Delar man upp datan från de två syntetiska veckorna i 2010 och 2022, framkommer ett intressant skifte.

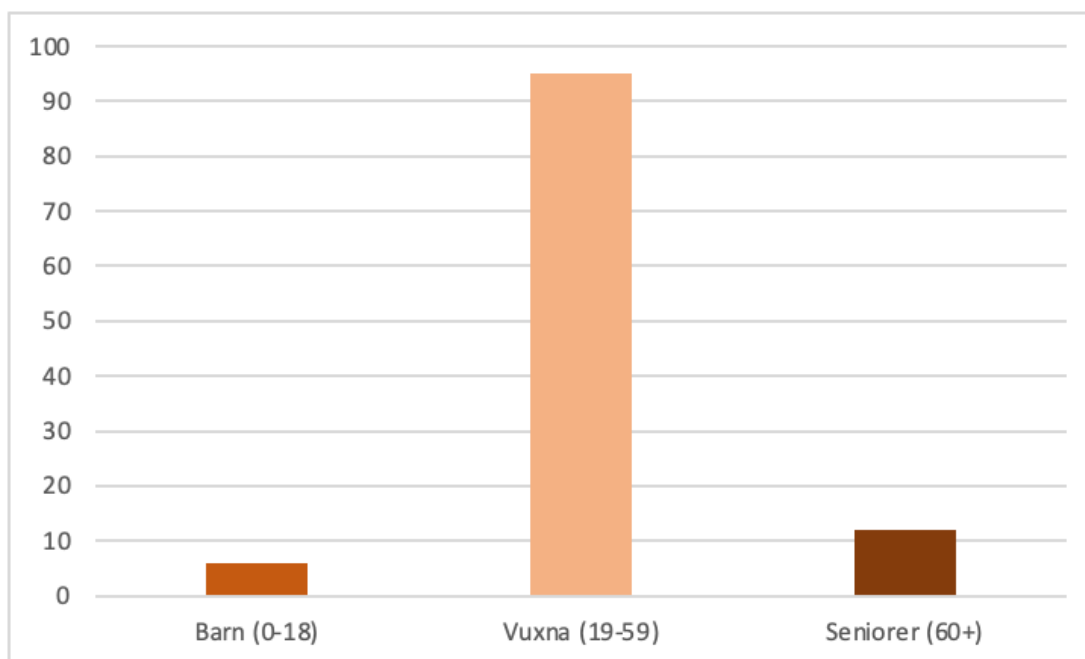
Figur 6.5 – Aktörers deltagande fördelat på kön och tid (procent)



Kommentar: Totalt kodades 43 män och tolv kvinnor 2010, och 29 kvinnor och 31 män 2022.

Könskvoten tycks utjämnad, och kvinnor förekommer tolv år senare i ungefär lika stor utsträckning som män. Från cirka en fjärdedel så ofta, till nästan 50/50. Detta kan vara en effekt av att ledargestalter i klimatrörelsen nu ofta är kvinnor, kanske har det fört med sig ringar på vattnet och engagerat fler kvinnor. Exempelvis Fridays for Future rörelsens ledare, Greta Thunberg. En annan orsak skulle kunna vara att redaktioner arbetar annorlunda idag – generellt för man statistik över kön och har kontinuerliga samtal om jämställdhet och representation. Nästa del i vår kartläggning av aktörernas sociala positioner är ålder. Nedan redogör vi för hur ofta åldersgrupper förekommer i klimatjournalistik.

Figur 6.6 – Aktörers ålder (procent)



Kommentar: Av 204 aktörer var 95 vuxna, 12 seniorer och sex barn.

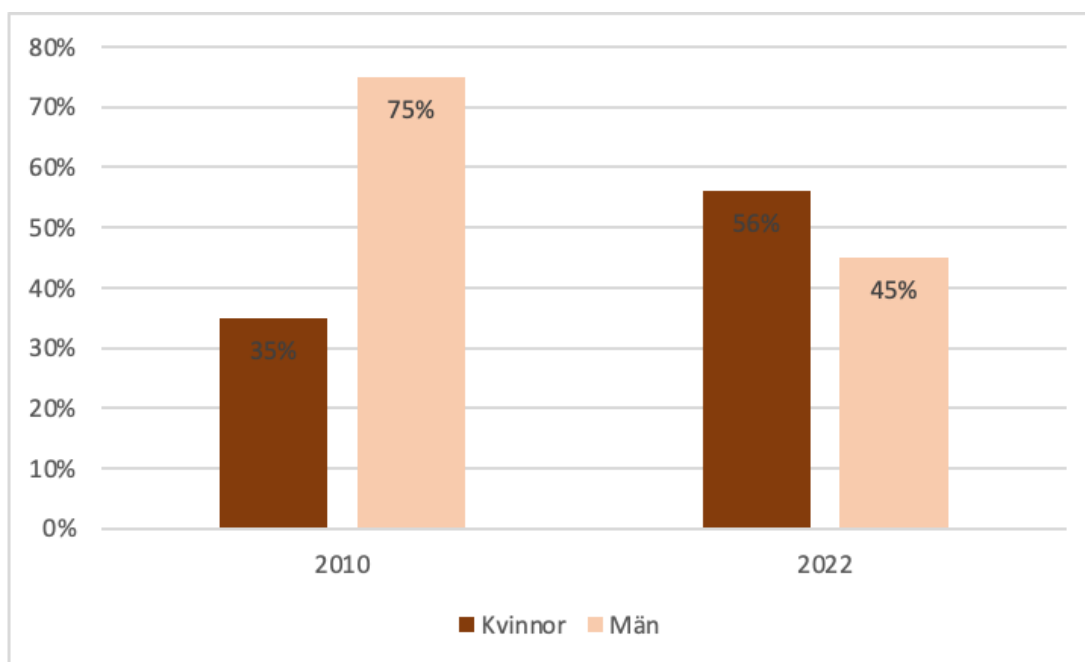
Figuren ovan tyder på att vuxna är den grupp som förekommer absolut oftast i klimatnyheter. Personer som är 60 år eller äldre är sällan med och ännu färre barn, personer som är 18 eller yngre, förekom i materialet. En ännu bredare bild av sociala positioner uppdagas när vi korsar data över kön och ålder.

Äldre kvinnor var förekom tre gånger och äldre män nio gånger. När vi slår ut siffrorna över de två syntetiska veckorna framkommer dock en skillnad: år 2010 var sex manliga seniorer med, och noll kvinnliga. 2022 var siffrorna tre lika, tre äldre män och tre äldre kvinnor.

Korsar vi presentation, kön och ålder klarnar bilden ytterligare. Manliga politiker i åldern 19-59 tycks alltså vara den typiska gruppen. Om vi delar upp de undersökta åren framträder dock en ny trend. Antalet manliga politiker sjunker och antalet kvinnliga blir fler. 2022 är kvinnorna i majoritet, även om det är med små marginaler. 2022 deltog tio kvinnliga politiker och åtta manliga. 2010 var siffran för kvinnliga politiker sju, så det har inte skett någon markant ökning i antal kvinnor. Ser man däremot till relationen mellan antalet manliga politiker, som tidigare var 13 och

därmed nästan dubbelt så många som kvinnorna, pekar mer åt ett skifte i fördelningen av utrymme.

Figur 6.7 – Politikers deltagande fördelat på kön och tid (procent)



Kommentar: Totalt kodades 54 aktörer som politiker. Av de kunde 38 kodas som man eller kvinna, och det är dessa som ingår i figuren ovan. Resterande var icke-mänskliga eller okodbara i kategorin.

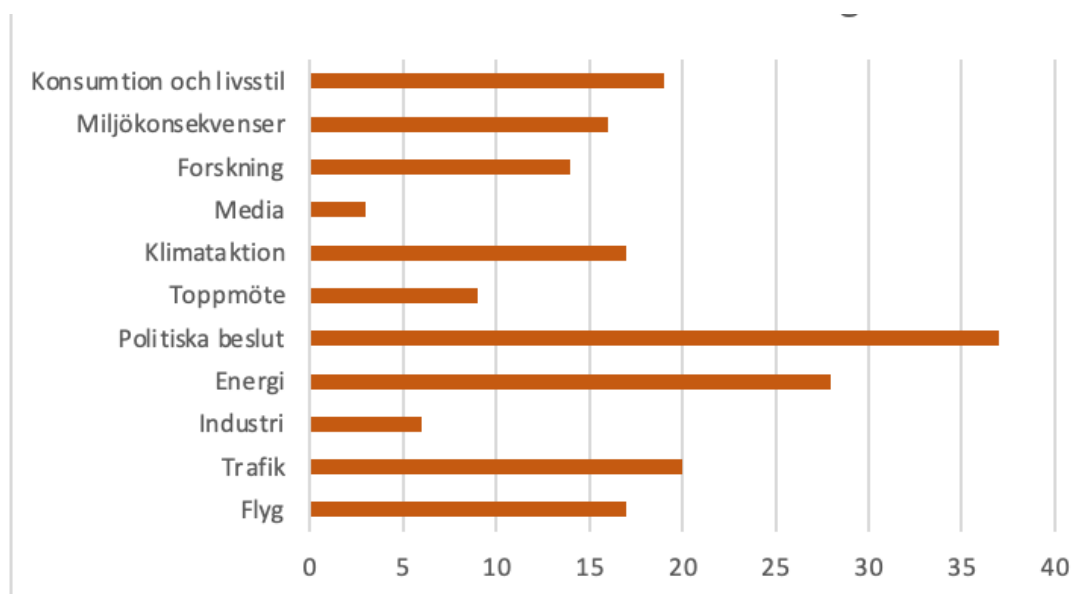
Liknande utveckling tycks ske när det kommer till företagsrepresentanter, delat på de två åren. År 2010 är männen betydligt fler; åtta män och en kvinna företräder företag på något vis. År 2022 är kvinnorna sju och männen nio - ett betydligt jämnare antal. Flera studier visar också att kvinnor generellt tänker mer på klimatförändringarna och generellt ser dem som en viktigare fråga än män. Ett exempel på en sådan är Demoskops (2022) *Viktigaste frågan*-undersökning. En ökning av kvinnliga politikers deltagande kan bero på att antalet kvinnliga politiker ständigt ökar, det kan man läsa om i till exempel Jämställdhetsmyndighetens (2021) rapport *Ett sekel av rösträtt och valbarhet*.

6.2 Ämnen och framträdandeform: företag gör uttalanden

Nedan följer en presentation av vårt resultat som visar vilka ämnesområden aktörer förekommer i samt framträdandeform. Ämnesområde handlar om vilket ämnesområde artikeln som aktör förekommer i har. Framträdandeform mäter om en aktör får uttala sig eller om de endast blir omtalade i artikeln. Denna del ämnar att besvara frågeställningen: *Vilka aktörer deltar inom olika ämnesområden i klimatfrågan och vilka aktörer får uttala sig?*

För att förstå inom vilka ämnesområden aktörer får delta i redovisar vi vilka ämnesområden som är vanligast i alla de undersökta artiklarna.

Figur 6.8 – Ämnen för artiklar som aktörer deltagit i (antal)

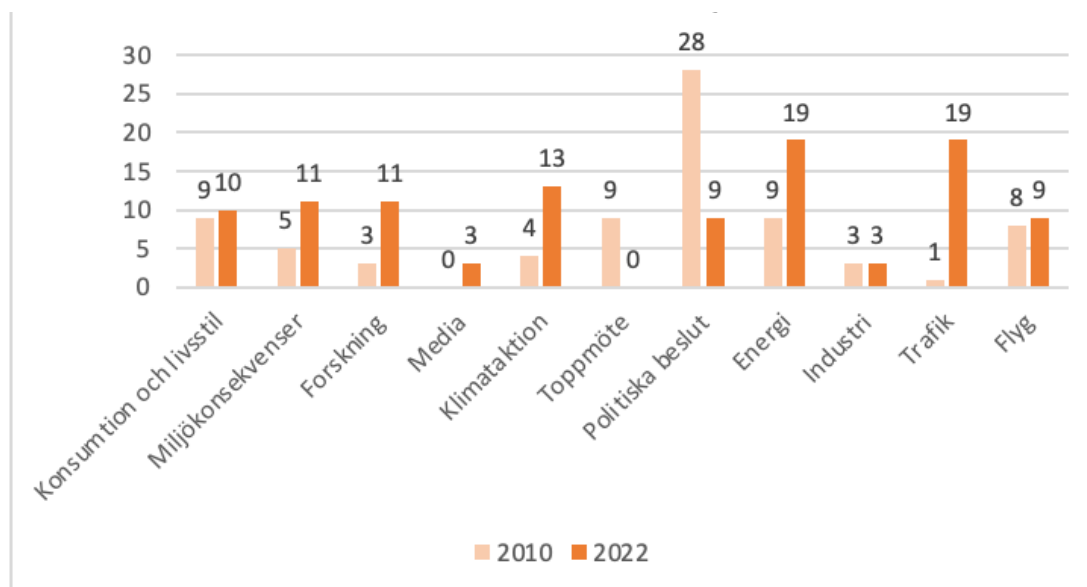


Kommentar: Totalt kodades 204 aktörer, 91 från 2010 och 113 från 2022. 18 aktörers ämnesområden är okodbara.

Figuren ovan visar vilka ämnen artiklarna som aktörerna förekommer i har och visar resultatet från både 2010 och 2022. Flest aktörer förekommer i artiklar om politiska beslut. Artiklar som handlar om införandet av en ny koldioxidskatt kodas som politiska beslut till exempel. Politik tar stor plats vilket tyder på att klimatfrågan i media är en högst politisk fråga. Minst antal aktörer förekommer i artiklar om media. Det skiljer sig dock mellan de två undersökta åren, 2010 och 2022 vilket vi ser i figurerna nedan. En viktigt resultat eftersom de bidrar till att svar på vår

forskningsfråga “Finns det några tydliga skillnader mellan de aktörer som deltar 2010 respektive 2022?”

Figur 6.9 – Ämnesområden fördelat på tid (antal)

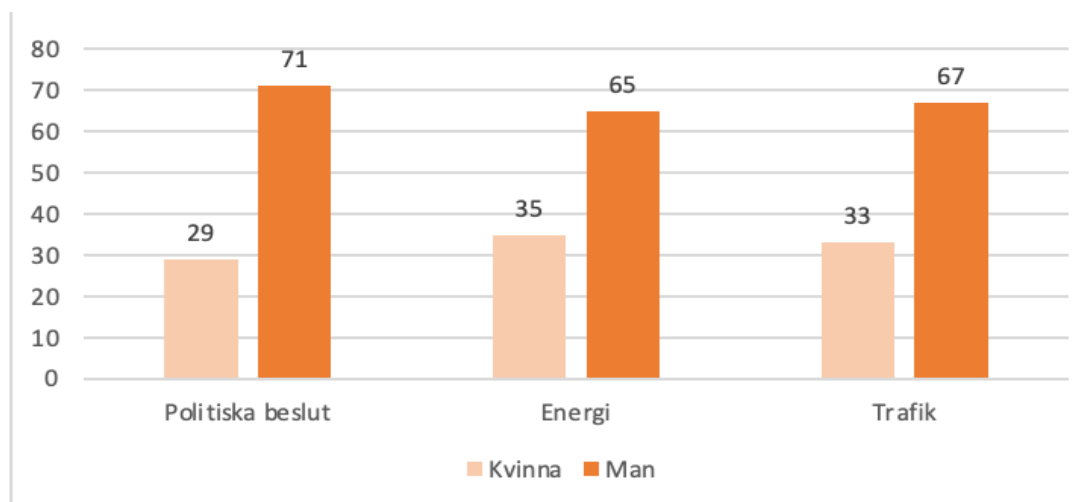


Kommentar: Figuren visar vilka ämnesområde artikeln har som aktörerna förekommer i, uppdelat mellan 2010 och 2022. Totalt kodades 79 aktörer från 2010 och 107 2022.

Figuren visar vilka ämnen artiklarna som aktörerna förekommer i har fördelat mellan 2010 och 2022. 2010 var politiska beslut överlägset det vanligaste ämnesområdet som aktörer förekom i. Endast en aktör förekom i en artikel om trafik. 2022 är istället trafik tillsammans med energi de vanligaste ämnesområdena. En möjlig förklaring till att energi ökat kraftigt mellan 2010 och 2022 skulle kunna vara att den el-bristen som tagit stor plats i media under 2022.

“Politiska beslut”, “energi” och “trafik” är de tre vanligaste ämnesområdena artiklar har som aktörer deltar i. Därför ska vi undersöka dessa ämnesområdena närmare. Genom figur 6.10 börjar vi med att visa hur könsfördelning ser ut. Är det män eller kvinnor som oftast få delta i de vanligaste ämnesområdena?

Figur 6.10 – Ämnesområde uppdelat på män och kvinnor (procent)

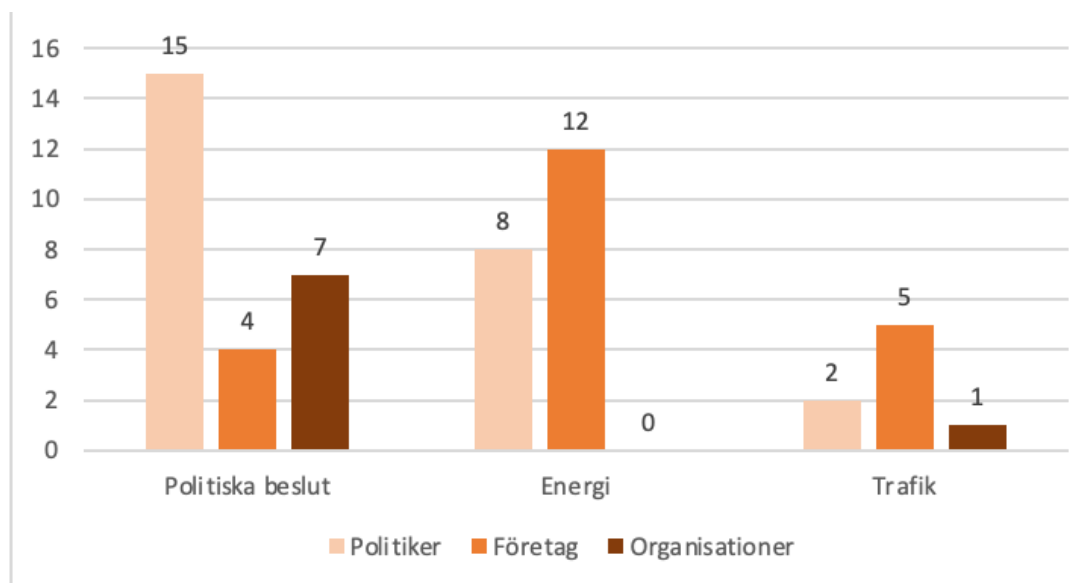


Kommentar: Totalt kodades 53 män och kvinnor in i ämnesområdena “politiska beslut”, “energi” och “trafik”. Sju kvinnor respektive 17 män förekom i artiklar med ämnesområdet “politiska beslut”. Sex kvinnor respektive elva män förekom i artiklar med ämnesområdet “energi”. Fyra kvinnor respektive åtta män förekom i artiklar med ämnesområdet “trafik”.

Figuren ovan visar könsfördelningen inom de tre vanligaste ämnesområdena artiklar har som aktörer deltar i. Figuren visar att män i alla ämneskategorier förekommer oftare än kvinnor. Av de tre ämnesområdena är “politiska beslut” det område där män förekommer i högst utsträckning. Politiska beslut, som figur 6.8 visar det vanligaste ämnesområdet. Män förekommer alltså i betydligt högre utsträckning än kvinnor i det vanligaste ämnesområdet för klimatartiklar.

Som tidigare sagts undersöks ämnesområdena “politiska beslut”, “energi” och “trafik” närmare eftersom det är de vanligaste ämnesområdena. Följande figur visar hur fördelningen av presentationerna ser ut inom de vanligaste ämnesområde. Rättare sagt fördelningen mellan de tre vanligaste aktörspresentationerna. Detta görs för att svara på vad som utmärker den mest förekommande aktören.

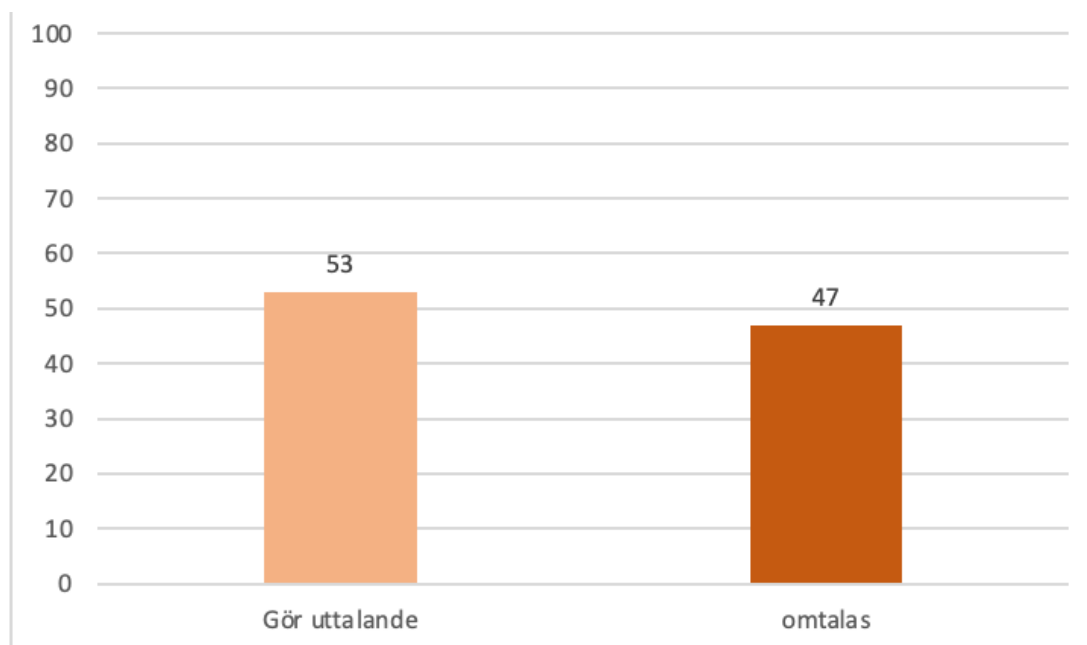
Figur 6.11 – Ämnesområden uppdelat på presentation (antal)



Kommentar: Totalt kodades 54 aktörer in i ämnesområdet “politiska beslut”, “energi” och “trafik”.

Figuren ovan visar hur ofta de tre vanligaste presentationerna förekommer i de tre vanligaste ämnesområdena. I en artikel om politiska beslut är aktören oftast en politiker och i en artikel om energi är aktören oftast ett företag. Figuren visar att i en artikel om trafik är det vanligast att en aktör är ett företag. Företag, politiker eller organisationer förekommer dock särskilt ofta i dessa artiklar. Ämnesområdet trafik verkar alltså inte vara så populärt bland aktörerna med de vanligaste presentationerna.

Figur 6.12 – Aktörers framträdandeform (procent)

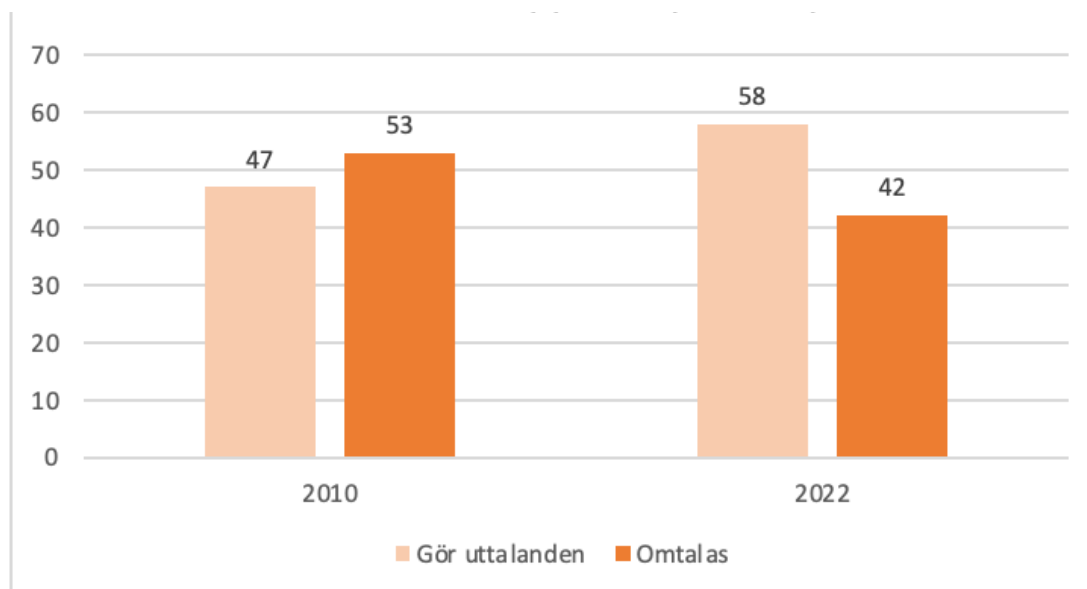


Kommentar: Totalt kodades 204 aktörer. 95 blev omnämnda och 109 fick göra uttalande.

Figuren ovan visar om aktör i klimatnyhetsartiklar fått uttala sig eller om det endast blivit omnämnda. Framträdandeform är en viktig aspekt av aktörsgestaltning. Enkelt sagt består aktörsgestaltning av en mängd val som journalisten måste göra. Ett val är att bestämma om en aktör ska få uttala sig eller endast bli omtalad, därför är det intressant att undersöka framträdandeform. Figuren visar resultatet från både 2010 och 2022, alltså det totala urvalet. Det är vanligare att man får uttala sig än att endast bli omtalad.

För svara på frågan om skillnader mellan 2010 och 2022 använder vi oss av figuren nedan som undersöka hur framträdandeform, alltså om aktören får uttala sig eller ej skiljer sig mellan 2010 och 2022.

Figur 6.13 – Framträdandeform uppdelat på tid (procent)

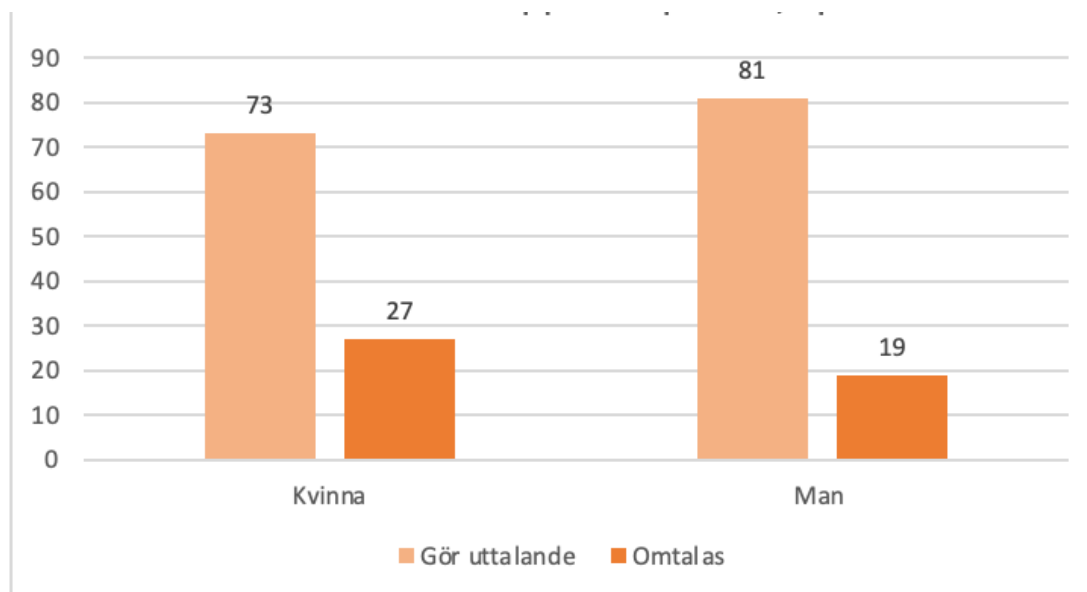


Kommentar: Totalt kodades 204 aktörer. 2010, fick 43 göra uttalanden och 48 blev omtalade. 2022 fick 66 göra uttalande och 47 omtalades.

Figuren visar om aktörer får uttala sig eller om de endast blir omnämnda. 2010 var det vanligast att man som aktör i en klimatnyhetsartikel blev omtalad även om det endast skiljde 6 procentenheter. 2022 har det vänt och det är vanligare att man som aktör får uttala sig.

Framträdandeform är en viktig aspekt av aktörsgestaltning och därför ska vi i de två följande figurerna undersöka framträdandeform korsat med både kön och aktörspresneation för att ge en bredare bild av vilka aktörer som får uttala sig och vilka som endast blir omtalade.

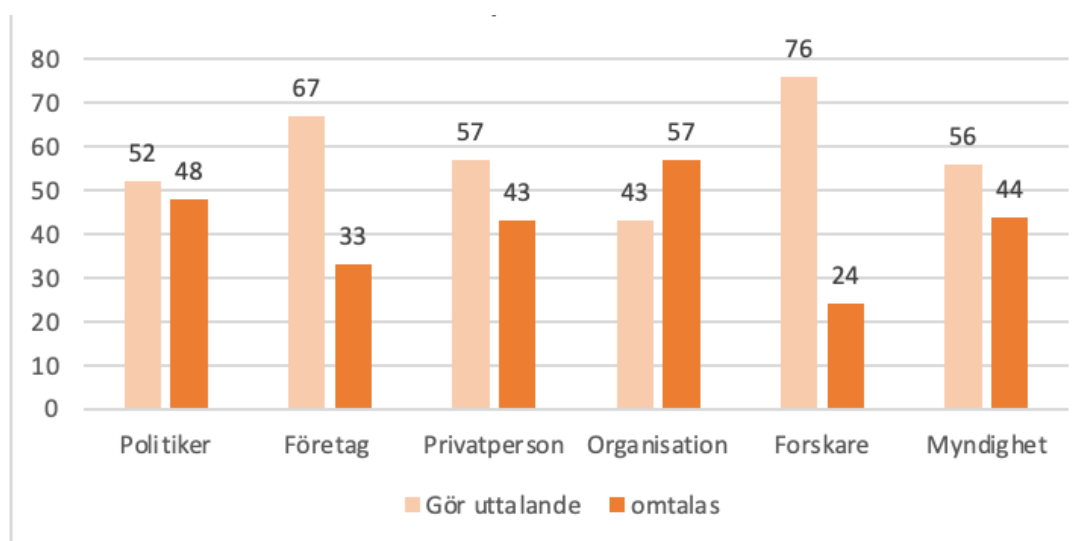
Figur 6.14 – Framträdandeform uppdelat på kön (procent)



Kommentar: Totalt kodades 204 aktörer varav 115 är män eller kvinnor. Resterande kodades som icke-mänsklig aktör eller okodbart. 30 kvinnor gör uttalanden och elva omtalas. 60 män gör uttalanden och 14 omtalas.

Figuren visar i vilken utsträckning män som aktör i klimatnyhetsartiklar får uttala sig beroende på kön och visar resultatet från både 2010 och 2022. Resultatet visar att män både som män och kvinna har betydligt större chans att få uttala sig än att endast bli omnämnd. Män får dock i större utsträckning uttala sig än kvinnor.

Figur 6.15 – Framträdandeform uppdelat på presentation (procent)



Kommentar: Totalt kodades 175 aktörer som politiker, företag, privatperson,

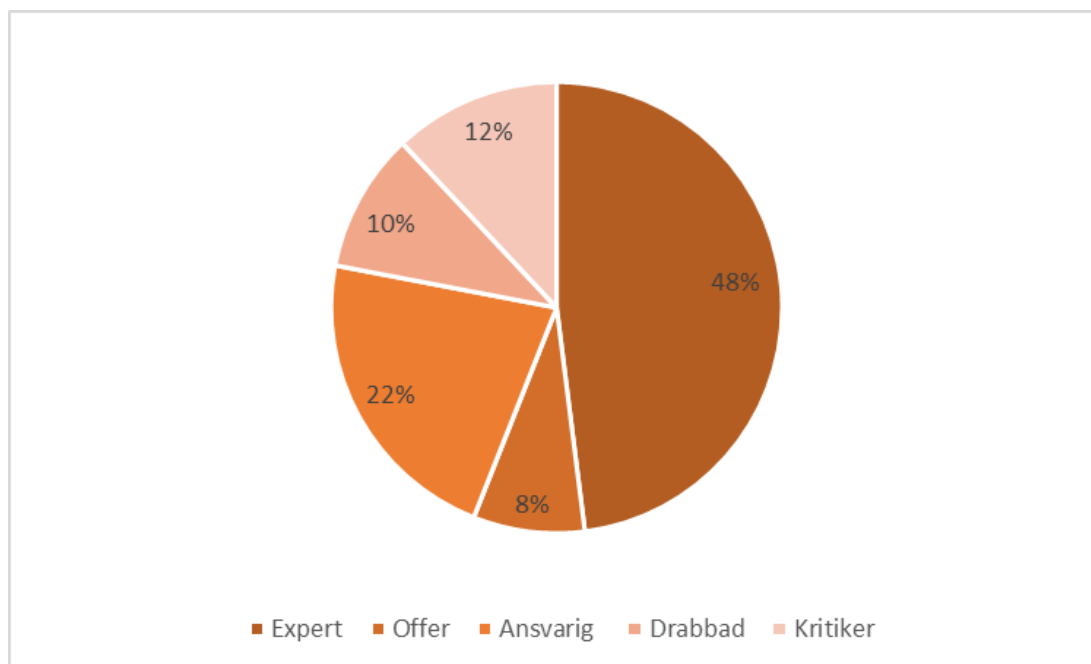
organisation, forskare eller myndighet. Politiker, 28 gör uttalanden och 26 omtalas. Företag, 28 gör uttalanden och 14 omtalas. Privatpersoner, tio gör uttalanden och 13 omtalas. Organisationer, tolv gjorde uttalanden och 16 omtalas. Forskare, 13 gör uttalanden och 4 omtalas. Myndigheter, 6 gör uttalanden och 5 omtalas.

Figuren ovan visar i vilken utsträckning aktören får uttala sig eller blir omnämnd beroende på hur aktören presenterats. Figuren visar resultat för de vanligaste aktörspresentationerna. Forskare är den grupp som oftast får uttala sig. Företag får också ofta göra uttalanden. Organisationer är det istället vanligare att bli omtalade. Privatpersoner får vanligtvis göra uttalanden även om de också ofta omtalas. Kategorin privatpersoner i figuren är en sammanslagning av ett flertal presentationer kategorier, vittnen, drabbad, privatperson, anställd vid företag, anställd vid myndighet. Anledning är att flera kategorier kodades för få gånger. I så liten utsträckning att inget trovärdigt resultat kan utläsas. Endast en aktör kodades in som vittne exempelvis. Privatpersoner skiljer sig dock och har kodats relativt ofta. Privatpersoner för sig själv gör endast uttalanden 2 gånger men blir omtalad 10 gånger.

6.3 Roller – Manliga politiker med ansvar

Nedan följer en genomgång av olika aspekter av aktörernas roller. Vilken roll som aktören får är i kontexten av artikeln som den deltar i och rollen tilldelas av journalisten som skrivit artikeln. Med andra ord har vi undersökt hur aktörer har använt i de olika artiklarna och vilken funktion de har. De roller som aktörerna kan ha tilldelas är expert, offer, ansvarig, drabbad och kritiker. På sidan 25 under kommentarerna till variabel 12 redogör vi för hur de olika rollerna kategoriserats. Denna del ämnar besvara frågeställningen: *Vilka roller tilldelas olika aktörer?*

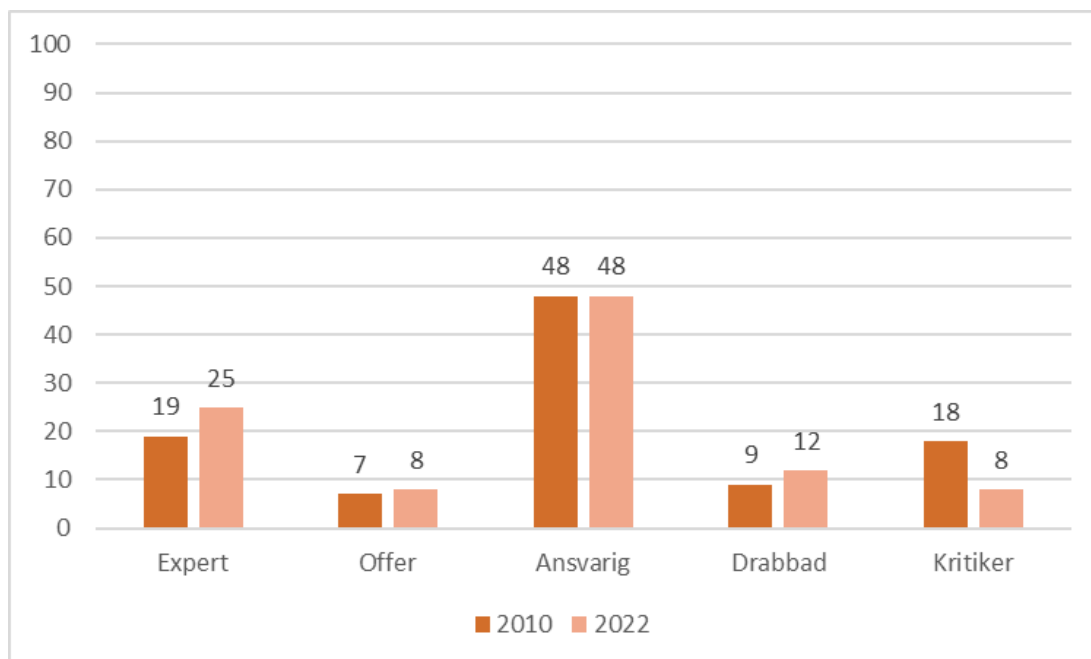
Figur 6.16 – Aktörers roll (procent)



Kommentar: Av de 204 kodade aktörerna blev 98 tilldelade rollen som ansvariga, 45 rollen som expert, 25 rollen som kritiker, 21 rollen som drabbade och 15 rollen som drabbade. Då alla aktörer används på olika sätt av journalister kunde alla kodalas in i en roll.

I figuren ovan kan vi se att den mest förekommande rollen under 2010 samt 2022 som aktörer får är rollen som ansvarig. Nästan hälften av alla aktörer som kodats har kodats in i rollen som ansvarig. Den näst mest förekommande rollen är expert. Om man ser till skillnader mellan de två åren som redovisas i figuren nedan står ansvarig som den mest framträdande för båda åren. Dock kan man se att under 2010 var det en större andel av aktörerna som fick iträda rollen som kritiker än 2022. Något som är värt att peka ut är förändringen för rollerna expert och kritiker. Man kan se att det från att ha varit ganska jämt mellan de två rollerna under 2010 (Expert - 19 procent, kritiker - 18 procent), blivit en större andelsskillnad under 2022 (Expert - 25 procent, kritiker - 8 procent).

Figur 6.17 – Aktörers roll 2010 och 2022 (procent)

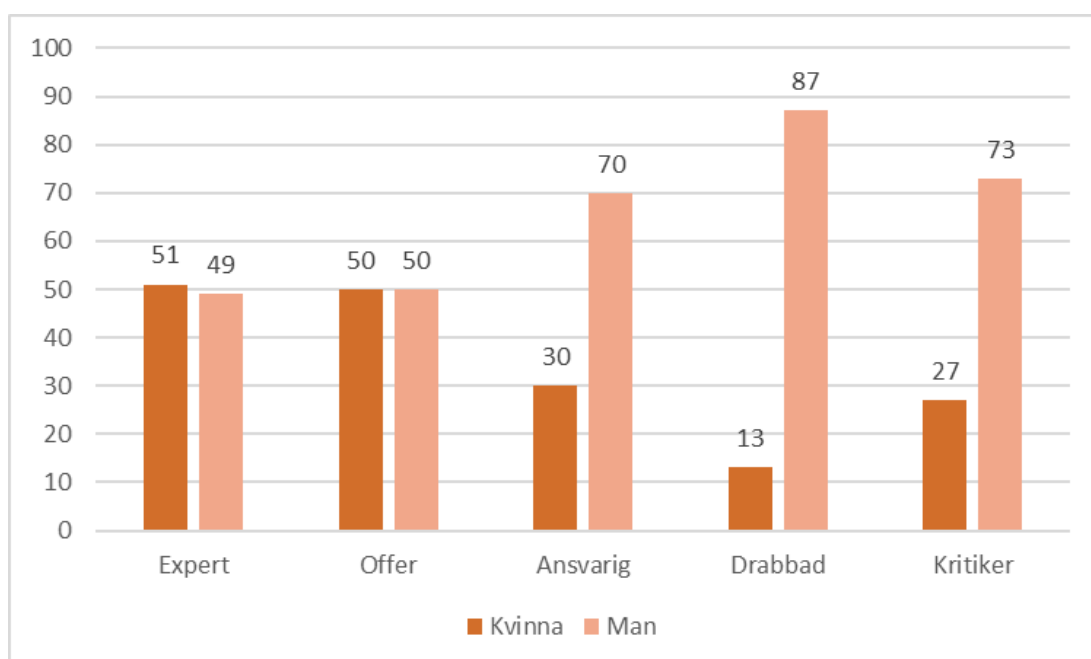


Kommentar: Totalt kodades 204 aktörer. 91 från 2010 och 113 från 2022.

Fördelningen av antalet aktörer mellan rollerna från 2010 var expert: 17, offer: 6, Ansvarig: 44, drabbad: 8, Kritiker: 16.

Fördelningen av antalet aktörer mellan rollerna från 2022 var expert: 28, offer: 9, ansvarig: 54, drabbad: 13, kritiker: 9.

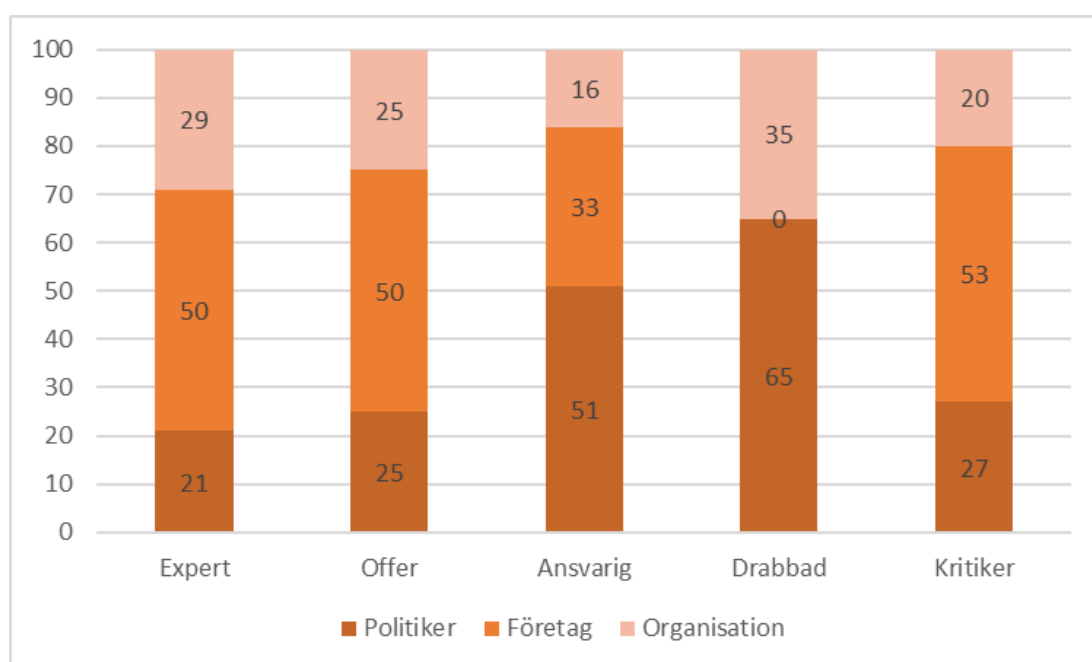
Figur 6.18 - Könsfördelning inom roller (procent)



Kommentar: Av de 204 var 115 som kodades som kvinna eller man. Resterande kodades som icke-mänsklig aktör eller okodbart. Av de 115 aktörerna var det 41 kvinnor och 74 män. Det var 18 kvinnor och 17 män som kodades som experter, tre kvinnor och tre män som kodades som offer, 15 kvinnor och 32 män som kodades som ansvarig, två kvinnor och 14 män som kodades som drabbad samt tre kvinnor och 8 män som kodades som kritiker. Skillnaden på de olika rollerna kan ses under kommentarer för variabel 12 på s.25.

Figuren ovan visar hur könsfördelningen ser ut inom rollerna. Datan som redovisas är en sammanslagning av de två åren som undersökts. Expert samt offer är väldigt jämnt fördelat mellan könen. Det konstaterades tidigare att den roll som användes mest frekvent var rollen som ansvarig. När man undersöker könsfördelningen inom den mest framstående rollen kan man se att fördelningen är ojämn. När en aktör iträder rollen som ansvarig är det sju gånger av tio en man som är aktör. Samma fördelning gäller för kritikerrollen. En ännu ojämnare fördelning kan man se om man undersöker fördelningen inom rollen som drabbad. Nästan nio av tio gånger är det en man som blivit tilldelad rollen som drabbad.

Figur 6.19 - Förekomst av politiker, företag och organisationer inom de olika rollerna (procent).



Kommentar: *I figuren visas det fördelningen mellan politiker, företag och organisationer inom de olika rollerna. Vi kan se att av de aktörer som tilldelas rollen som expert var det 50 procent av dem som kodades som företag i variabeln för aktörspresentation. Totalt var det 24 expert, 4 offer, 74 ansvariga, 20 drabbade samt 15 kritiker. Det var även 52 aktörer som kodades som politiker, 46 aktörer som kodades som företag och 28 aktörer som kodades som organisationer.*

Som det konstaterades tidigare är det vanligast att politiker, företag och organisationer får delta som aktörer. Figur 6.11 visar hur fördelningen ser ut mellan de tre aktörsgrupperna inom de olika rollerna. Inom expertrollen är hälften av experterna företag. Fördelning är relativt lik även för offer- och kritiker rollerna. Ansvarig sticker ut då politiker förekommer hälften av gångerna en aktörer får rollen som ansvarig. Företag förekommer inte alls i rollen som drabbad. Även där är det politiker som är den vanligaste aktörspresentationen.

7.0 Slutdiskussion

Alla aktörer är inte relevanta för alla texter

Det vanligaste valet journalister gör är först och främst att låta en man delta som aktör. Som det är i många delar av samhället så kan vi se att män får mer plats än kvinnor, dock har en förändring skett på den punkten – det verkar som att just inom klimatnyheter så har det med åren blivit en mer jämlik fördelning mellan könen. När det gäller andra val som görs i samband med aktörsgestaltningen så väljer man att låta politiker, företag och organisationer delta som aktörer. När man gör ett val som journalist om vilka aktörer man ska ha med i sin text så kommer man delvis utgå från vad man skriver om. Alla personer är inte relevanta för alla texter. Om man skriver en text om ett politisk text så är det självklart lämpligt att låta en politiker delta. Det vi kan se när vi tittat på aktörspresentation och artiklarnas ämnesområde är att det inte finns någon självklar koppling mellan presentation och ämnesområde. Den aktörspresentation som är mest framträdande är just politiker, företag och organisationer. 27 procent av de kodade aktörerna var politiker. Om man ser till ämnesområdet politiska beslut, där man kan tänka sig att många politiker deltar, så var 16 procent av de aktörer som kodat som politiker närvarande i de artiklarna. Dock kan vi se att politiker framträder i ett brett urval av artiklar med olika ämnen.

7.1 Att störa ordningen

En teori som vi stötte på under arbetets gång och som varit med oss på vägen är “the index hypothesis” framtagen av Lance Bennet (1990). Teorin blir extra relevant när man ser till den höga frekvensen aktörer som är politiker, företag eller organisationer. En orsak till att en privatperson inte lika ofta får delta som de tre mest framstående grupperna i undersökningen, kan förklaras med hjälp av fenomenet *habitual access* respektive *disruptive access* som Bennet diskuterar.

De personer som Bennet (1990) menar kan förlita sig på *habitual access*, en tillgång till medieutrymme byggd på vana, som en självklarhet, är elitpersoner inom politiken. Man skulle också kunna tänka sig att denna tillgång sträcker sig vidare, och även gäller storföretag och stora organisationer, som besitter liknande egenskaper som gör de till intressanta i sig (Häger, 2014). Att så få privatpersoner

förekommer inom klimatjournalistiken skulle kunna stärka tesen om att det krävs en “omruskning”, en störning i mediernas annars fortsatta snurrande karusell, för att privatpersoner ska få vara del av den.

7.2 Inga gamla tjejer, tack!

I princip inga barn eller seniorer förekommer i artiklarna – vuxna i arbetande ålder dominerar klimatkursen i media. I rapporten *Får äldre vara med i mediesamhället* (Bergström & Edström, 2020) är just detta hur det ser ut för äldre generellt i media, och framförallt kvinnor som blir osynligare i en mycket yngre ålder. Så ser det ut även i vår undersökning för 2010 – men inte för 2022. Det har skett en total utjämning, enligt våra siffror, från sex manliga seniorer och noll kvinnliga, till tre lika. Dock är det så få seniorer alls att det är svårt att dra en säker slutsats.

7.3 Forskare sökes

Det är anmärkningsvärt hur forskare helt saknas från diskussionen om flyg. Speciellt eftersom flygets påverkan på klimatförändringarna är en högst vetenskaplig fråga, med tanke på att koldioxidutsläpp är en komplicerad vetenskaplig fråga. Eventuellt är flyget en klimatfråga som varit med så länge, att man inte längre känner ett behov av att inkludera en forskare för att kommentera att flygfrågan är en klimatfråga. Däremot är det en mycket debatterad och politiskt polariserad fråga – något som speglas i siffrorna; politiker styr den kursen. En fråga där det också tycks råda mindre konsensus är den om energi. Vitt skilda åsikter strömmar i media gällande förnybar energi och kärnkraft, till exempel – inte sällan från politiker och företagsledare.

Detta mönster är återkommande – forskare saknas inom de flesta ämnesområden i klimatartiklar. Till exempel förekom företag i tolv av de 28 artiklar som hade energi som huvudfokus, medan forskare bara förekom en gång. I *Environment, Media and Communication* skriver Anders Hansen (2019) om vilka parter som får synas i media, och tar upp flera studier som visar att mäktiga institutioner ges större utrymme i media. Samma sak verkar gälla här - politiker och företag har företräde i vissa frågor. Något som tycks märkligt är att forskare ju också är i någon mån

makthavare – de har kulturellt kapital. Kanske är det så att akademiker är en annan form av elit, eftersom det ekonomiska kapitalet inte är detsamma. Forskare saknar en maktfaktor som politiker och företag ofta har.

Att medier har ett opartiskt förhållningssätt till makthavare är nödvändigt för att journalistiken ska kunna undvika att endast låta de mäktiga och privilegierade parterna få synas, skriver Hansen (2019). Westerståhl (1983) skriver vidare att partiskhet består av balansen mellan parter och en neutralt sätt att presentera informationen är grunden för opartiskhet - och det tycks alltså saknas i dessa frågor.

7.4 Organisationer har det tufft

Vårt resultat visar att aktörer i klimatnyheter 2010 och 2022 oftare får uttala sig än att endast bli omtalade, det som vi benämner som framträdandeform. När de två åren jämförs ser man att det var vanligare att bli omtalade 2010 men att det 2022 är vanligare att få uttala sig. Organisationer är en hopslagning av både klimatorganisationer och andra organisationer. Båda får uttala sig mer sällan än de omtalas men andra organisationer får uttala sig marginellt mer. När de båda åren undersöktes om hur framträdandeform påverkas av aktörens presentation framkom ett intressant resultat. Organisationer är den enda aktören som omtalas oftare än de får uttala sig. Både företag och forskare uttalar sig betydligt oftare än de blir omtalade. I denna uppsats är aktör ett centralt begrepp. I *Environment, Media and Communication* av Anders Hansen (2019) används istället begreppet claim-makers, som både liknar och skiljer sig från begreppet aktör. Claims-maker är en aktör som för fram ett budskap, sin agenda i media. En aktör skiljer sig från claims-makers genom att den inte måste driva någon agenda. Aktör blir därför ett mer neutralt och bredare begrepp anser vi. Claims-makers har enligt Hansen stor betydelse för hur klimatnyheter och i sin tur klimatkursen blir. Det är därför intressant att se till framträdandeform. Att vara en claims-maker och därmed för fram en agenda är positivt för claims-makern i fråga. För att ha möjlighet att föra fram sitt budskap är det näst intill en förutsättning att få uttala sig. Organisationer har då betydligt sämre förutsättningar att själva påverka diskursen, bli en claims-maker än vad företag och forskare har.

7.5 Förslag på vidare forskning

Då vår studie utfördes med en kvantitativ metod innebar det att endast saker som kunde mätas i siffror eller mängd kunde bli undersökta. Många aspekter av aktörsgestaltning kan mätas och undersökas utifrån en kvantitativ metod. Däremot finns det aspekter av aktörsgestaltning som kan undersökas enbart med hjälp av en kvalitativ metod. I vår metoddiskussion har vi tagit upp de diskussioner som vi förde i inledningen av vårt arbete, då det fortfarande inte var helt bestämt om en kvalitativ eller en kvantitativ metod skulle användas.

Gestaltning utifrån hur en person blir behandlad eller porträtterad i artiklar har vi försökt att undersöka. Att göra som vi, att endast se att behandlingen av en aktör kan vara positiv, negativ eller neutral, är knappast tillräcklig. Det visar en del, men inte hela bilden av gestaltningen i texten, själva orden som används. Att se till exempel till förekomst av en kvinnlig aktivist eller en manlig forskare skulle kunna vara likadan. Ponera att under vår undersökning så förekommer det lika många av de här aktörsformerna, de får uttala sig lika ofta och de blir behandlade neutralt. Utifrån en kvantitativ metod kan man inte ta reda på så mycket mer än just mängd av olika saker. Om en kvalitativ metod skulle ha applicerats kunde exempelvis en textanalys av de artiklar där kvinnliga aktivister eller manliga politiker förekommer utförts. På så vis skulle man kunna gå några lager djupare inom gestaltningen.

8.0 Källförteckning:

- Granér, Annalena (red). (2022) *Public servicehandboken - Uppdraget, etiken och juridiken*. Sveriges Radio.
- Bennett, W. Lance. (1990). *Toward a Theory of Press-State Relations in the United States*. *Journal of Communication*, 40(2), 103-127.
- Bergström, Annika., & Edström, Maria. (2020). Får äldre Vara Med I Mediesamhället? Rapport 19 Delegationen För Senior Arbetskraft S 2018:10, 2020.
- Boykoff, M. Jules & Boykoff, T. Maxwell. (2004). *Balance as bias: Global warming and the US prestige press*. *Global Environmental Change*, 14(2), 125-136.
- Carvalho, Anabela. (2008). *MEDIA(TED) DISCOURSE AND SOCIETY*. *Journalism Studies* (London, England), 9(2), 161-177.
- Carvalho, Anabela, & Pereira, Eulália. (2009) Communicating climate change in Portugal: a critical analysis of journalism and beyond. I, Carvalho, Anabela (Red.), *Communicating Climate Change: Discourses, Mediations and Perceptions*. Universidade do Minho. Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS)
- Demoskop. (2022/3e Juli) *Lag och ordning fortsatt väljarnas viktigaste fråga*. Demoskop. Hämtad 2022-11-24 från <https://demoskop.se/news/viktigaste-fragan-juli-2022/>
- Edström, Maria., & Jacobsson, Josefine. (2021). Räkna Med Kvinnor 2020. Global Media Monitoring Project 2020. Nationell Rapport Sverige., 2021.
- Entman, Robert. (1993). *Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm*. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.
- Esaiasson, Peter., Gilljam, Mikael., Oscarsson, Henrik., Towns, Ann., & Wängnerud, Lena. (2017). *Metodpraktikan : Konsten att studera samhälle, individ och marknad* (Femte upplagan ed.). Stockholm: Wolters Kluwer
- Ett sekel av rösträtt och valbarhet (2021) [Elektronisk resurs]. (2022). Jämställdhetsmyndigheten. Hämtad 2022-11-13 från (<https://jamstalldhetsmyndigheten.se/media/fcgjawcs/uppfoljning-av-delmal-1-rapport-2021-1-1.pdf>)
- Goffman, Erving. (1974). *Frame analysis : An essay on the organization of experience* (1. Harper Colophon ed., Harper colophon books ; 372). New York: Harper & Row.

Hansen, Anders. (2019). *Environment, media and communication* (Second ed., Routledge introductions to environment series. Environment and society texts). New York: Routledge

Häger, Björn. (2014). *Reporter: en grundbok i journalistik*. (2. uppl.) Lund: Studentlitteratur.

Institutet för mediestudier (2019). *Nyheter – allt mer en tolkningsfråga: Mediestudiers innehållsanalys 2007-2018*. Stockholm: Institutet för mediestudier.

Kantar Sifo. (u.å). *Topplista Sveriges tidningar*. Hämtad 2022-10-07 från <https://ocast.com/se/toplists/orvesto-konsument-api>

Kovach, Bill, & Rosenstiel, Tom. (2014). *The elements of journalism : What newspeople should know and the public should expect* (Rev. updated 3. ed.). New York: Crown.

Kunelius, Risto & Rosvall Anna. (2021) Media and the Climate Crisis. *Nordic Journal of Media Studies*, 3(1), 1–19. <https://www.doi.org/10.2478/njms-2021-0001>

Molotoch, Harvey and Lester, Marilyn. (1974) ‘*News as a Purposive Behaviour: on the strategic use of routine events, accidents, and scandals*’, *American Sociological Review* 39, pp. 101-12.

Nationalencyklopedin (u.å). Naturkatastrof. I *Nationalencyklopedin*. NE. Hämtad 2022-11-15 från <https://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/naturkatastrof>

Reese, D. Stephen. (2001). *Prologue – framing public life: a bridging model for media research*. In S. D. Reese, O. H. Gandy, & A. E. Grant (Eds.). Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Shehata, Adam., & Hopmann, David Nicolas. (2012). Framing climate change. *Journalism Studies* (London, England), 13(2), 175-192.

Strömbäck, Jesper, Nord, Lars. (2013). *Kampen om opinionen : Politisk kommunikation under svenska valrörelser* (1. uppl. ed.). Stockholm: Studieförbundet Näringsliv och samhälle.

Trumbo, Craig, (1996) *Constructing climate change: claims and frames in US news coverage of an environmental issue*. USA: University of Wisconsin-Madison.

Van de Velde, Liesbeth, Verbeke, Wim, Popp, Michael, & Van Huylenbroeck, Guido. (2010). *The importance of message framing for providing information about sustainability and environmental aspects of energy*. *Energy Policy*, 38(10), 5541-5549.

Vliegthart, Rens, & Van Zoonen, Liesbeth. (2011). Power to the frame: Bringing sociology back to frame analysis. *European Journal of Communication* (London), 26(2), 101-115.

Westerståhl, Jörgen. (1983). *OBJECTIVE NEWS REPORTING: General Premises*.
Communication Research, 10(3), 403–424. <https://doi.org/10.1177/009365083010003007>

9.0 Bilagor

Kodbok

Aktörsgestaltning i klimatjournalistik i svenska dagstidningar

1. Tidning. Vilken tidning har aktören framträtt i?

1 = Dagens Nyheter

2 = Svenska Dagbladet

3 = Expressen

4 = Aftonbladet

2. Publiceringår.

3. Månad

4. Dag

5. Rubrik

Stringvariabel

6. Artikeltyp som aktör tar plats i

1. Notis

2. Reportage

3. Nyhetsartikel

4. Granskning

5. Personporträtt

7. Ämnesområde

1 = Flyg

2 = Cyklism

3 = Bilism

7.1 0 = Nej

1 = Bil

2 = Elbil

3 = Priser på drivmedel

4 = kollektivtrafik

5 = Industri

6 = Energi

7.2 0 = Nej

1 = Kärnkraft

2 = Förnybar energi

3 = Fossila bränslen

7 = Debatt

8 = Politiska beslut

9 = Toppmöte

10 = Utsläppshandel

11 = Klimataktion

12 = Media

13 = Forskning

14 = Miljökonsekvenser av klimatförändringarna

15 = Biologisk mångfald

16 = Klimatflyktingar

17 = Konsumtion och livsstil

18 = Annat

Aktör

8. Namn på aktör

9. Huvudaktör

0 = Nej

1 = Ja

10. Kön

1 = Kvinna

2 = Man

3 = Icke binär

4 = Icke mänsklig aktör

99 = Oklart/framgår inte

11. Ålder

1 = Barn (0-18)

2 = Vuxen (19- 59)

3 = Senior (60+)

4 = Icke mänsklig aktör

99 = Oklart /framgår ej

12. Framträdandeform

1 = Intervjuas, gör uttalande, framträder

2 = Omtalas

99 = Oklart, ingen form

13. Presentation av aktör

1 = Politiker

2 = Klimatforskare

3 = Forskare inom annat fält

4 = Expert

5 = Vittne

6 = Drabbad

7 = Aktivist

8 = Klimat- och miljöorganisation

9 = Privatperson

10 = Anställd vid myndighet

11 = Anställd på företag

12 = Anställd på region

13 = Statlig myndighet

14 = Företag

15 = Kommunal verksamhet

16 = Regional verksamhet

17 = Annan organisation NGO

18 = Annat

14. Ifall politiker vilket parti

0 = Nej

1 = Ja, V

- 2 = Ja, MP
- 3 = Ja, S
- 4 = Ja, C
- 5 = Ja, L
- 6 = Ja, M
- 7 = Ja, KD
- 8 = Ja, SD
- 9 = Ja, regeringen
- 10 = Ja, riksdagen
- 11 = Ja, internationell
- 99 = Ja, annat

15 . Ifall Miljö/klimatorganisation, vilken

- 0 = Nej
- 1 = Greenpeace
- 2 = Fridays for Future
- 3 = Naturskyddsföreningen
- 4 = WWF
- 5 = Extinction rebellion
- 6 = Fältbiologerna
- 7 = Aurora
- 8 = Jordens vänner
- 9 = Annan organisation

16. Aktör på bild

- 0 = Nej

1 = Ja

99 = Framgår ej/ okodbart

17. Aktörens roll i artikeln

1 = Expert

2 = Offer

3 = Ansvarig

4 = Kritiker

5 = Annat

99= Okodbar

18. Uttrycker aktören en åsikt ?

0 = Nej

1 = Ja

19. Används värdeladdade ord vid aktörsbeskrivning

0 = Nej

1 = Ja

99 = Okodbart

20. Om värdeladdade ord används, vilka?

Stringvariabel

21. Hur behandlas aktören i artikeln

0 = Negativt

1 = Positivt

2 = Neutralt

Kommentarer

Nedan kommenterar vi och förklarar särskilda, mindre självklara, variabler.

Artikeltyp som aktör tar plats i (Variabel 6)

Variabeln är till för att se om det finns kopplingar mellan aktörer och artikeltyp.

Förekommer exempelvis politiker ofta i reportage eller i notiser?

De sex kategorierna baserades på längd och form. En notis är en mycket kort text, som väldigt rakt berättar om en händelse. Ett reportage är en längre text, ofta med många miljöbeskrivningar, som beskriver ett skeende och inte nödvändigtvis måste vara baserat på en "just-nu"-nyhet. En nyhetsartikel är den vanligaste formen av text, med en fängande rubrik, en ingress och en eller flera aktörer som kommenterar en nyhetshändelse. En granskning benämns ofta i texten som just en granskning, och är en större kartläggning över något. Ett personporträtt är en text som är längre, innehåller miljö- och personbeskrivningar likt ett reportage, men fokuserar på en person istället för en händelse.

Ämnesområde (Variabel 7)

Den här variabeln mäter vilka olika ämnesområden som artiklarna berör. Genom att studera ämnesområdena kunde vi dra slutsatser om vilka aktörer som får synas i vilka kontexter.

Om det är flera ämnen som tas upp i en artikel, så kodas det ämne som framstår som viktigast i artikeln. Om det inte går att avgöra så kodas det ämne som står i rubrik/ingress. Om inte det går att avgöra så tas det som står först i rubrik eller ingress. Om exempelvis debatt och sakområde överlappar, är sakområde överordnat. En debatt om politiska beslut gällande flygskatt kodas som flyg. För att en artikel ska kodas som debatt kan inte fokus ligga på ett sakområde, utan snarare att artikeln är ett referat eller sammanfattning av en hel debatt. Samma sak gäller för sakområde och forskning och även politiska beslut.

Klimataktion är en specifik anordnad aktion för klimatet som inte är en del av en persons vardag. T.ex en demonstration, eller att matstrejka.

Miljökonsekvenser av klimatförändringarna innefattar nyheter om naturkatastrofer kopplade till klimatförändringar, som av enligt NE definieras på detta sätt:

“naturkatastrof, katastrof orsakad av naturliga händelser med allvarliga följder för samhälle och miljö” (Nationalencyklopedin, u.å.)

Även nyheter som inte är direkta naturkatastrofer kan kodas som *Miljökonsekvenser av klimatförändringarna*. Exempel på det kan vara en nyhet som handlar om att isarna i Arktis smälter eller att Kebnekaises högsta topp har blivit lägre. Vi kommer dock bara koda de artiklar som faktiskt berör klimatförändringar.

När ämnesområde kodas, prioriteras alltid sakfrågan. Är det till exempel en politisk debatt om flyg, så är flyget sakfrågan och därmed huvudämne för artikeln. Det samma gäller om till exempel en cyklist uttalar sig om industrins konsekvenser för klimatförändringarna.

Namn på aktör (Variabel 8)

Den här variabeln skapades för att enkelt kunna gå tillbaka och hitta den aktuella aktören ifall det skulle krävas.

Huvudaktör (Variabel 9)

Variabeln skapades för att göra det möjligt att se om vissa aktörer fick vara huvudaktör oftare än andra. Huvudaktören är personen som är mest i fokus i texten. Är man osäker så kodas den person som först nämns som huvudaktör.

Kön (Variabel 10)

Variabeln är en formvariabel där aktörens kön kodades in. Ifall aktören inte var en person med ett kön utan istället exempelvis ett företag så fanns kategorien *icke-mänsklig aktör*.

Ålder (Variabel 11)

Om ålder inte framkommer av texten så säkerställs den genom att söka efter personen på nätet. En osäker ålder kodas som Oklart/framgår ej.

Framträdandeform (Variabel 12)

Variabeln skapades för att kunna se vilka aktörer som blev citerade eller omnämnda. De variabelvärden som fanns att koda var 1) intervjuas, gör uttalande, framträder. 2) omtalas. 3) oklart/framgår ej.

Presentation av aktör (Variabel 13)

Variabeln mäter hur aktörerna presenteras och ska visa vem aktören är. Är det en forskare, politiker, aktivist m.m.? När vi valt hur personer presenteras gör vi skillnad på till exempel *anställd vid företag* och *företag*. När någon kodas som företag innebär det att den är någon typ av officiell talesperson för företaget, medan en anställd kan vara någon som delvis ställer sig "emot" företaget och representerar anställda eller bara sig själv. Samma sak gäller för anställda vid myndighet och myndigheter, samt aktivister och miljöorganisationer, för de aktivister som tillhör en miljöorganisation. Alla aktivister kommer inte att ingå i en organisation utan representerar endast sig själv.

Vilket parti, vilken miljöorganisation, aktör på bild (Variabel 14,15,16)

Det här variablerna är till för att kunna gå djupare inom aktörspresentationerna. Ifall aktören kodades som politiker eller miljöorganisation under variabel 13. Kommer variabel 14 och 15 kunna fyllas i för att koda vilket parti och miljöorganisation som förekom. Variabel 16 är endast till för att se om aktören fick vara med på bild eller inte.

Aktörens roll (Variabel 17)

Variabeln mäter hur aktörer används i de olika artiklarna, alltså vilken roll som de tilldelas av journalisterna.

Olika roller har olika funktioner i texten. Aktörens presentation påverkar rollen. Vissa titlar har en inneboende riktning i vilken roll som aktören kommer bli tilldelad i texten. Textens huvudämne kan också ha effekt på aktörens roll, om den till exempel handlar om ett företag som släpper ut mycket koldioxid och en forskare kommer med fakta och kritik, så är forskaren kritiker. Handlar texten däremot om en forskares nya avhandling och denne mest berättar om den men också nämner kritik mot samhälleliga instanser så är det inte en kritiker, utan en expert. Vid första anblick kan det vara svårt att skilja på de två variabelvärdena offer och drabbad. Vi ser att en person som tilldelas roll som drabbad är berörd i en bredare bemärkelse än vad ett offer är. En drabbad person kan vara ett vittne till en händelse eller situation, som den får vittna om. Offret är i en mer utsatt position där man blir direkt negativ berörd. Till

exempel en person som måste lämna sitt hem på grund av översvämningar, eller en person som inte kan ta sig till sitt jobb på grund ut av för höga bränslepriser. Oavsett vad som har hänt personen så handlar det om hur journalisten använder personen i texten. Offret används som ett exempel på en utsatt person som inte har makt att påverka sin situation. Det som skiljer rollernas drabbad och offer åt är att den drabbade får vara ett subjekt medan offret mer är ett objekt.

Uttrycker aktören en åsikt? (Variabel 18)

Variabeln baseras på teorin om “the index hypothesis” framtagen av Lance Bennet (1990). Han diskuterar hur officiella aktörer som exempelvis politiker har en “habitual access” och icke officiella personer har en “disruptive access”. Det krävs olika saker för olika aktörer att de ska få kunna bryta igenom och göra sin röst hörd. Den här variabeln gör det möjligt att dra slutsatser kring vilken access som olika aktörer använder sig av.

För att en aktör ska kodas som att den uttrycker en åsikt menar vi att den kommer med värderande uttalanden inom artikelns ämnesområde. Såsom att den ställer sig negativt till utbyggnad av kollektivtrafiken. Eller att en politiker är kritisk mot ett annats partis klimatpolitik.

Används värdeladdade ord vid aktörsbeskrivning och isåfall vilka? (Variabel 19 och 20)

Variablerna grundas i Anders Hansens exempel i *Environment, Media and Communication* om “Brent Spar-kontroversen operationaliseras till variabel 19 och 20, som undersöker om det används värdeladdade ord för att beskriva aktören och isåfall vilka.

Hansens exempel visar på hur olika samma aktör kan bli beskriva och hur stor betydelse enskilda ord och beskrivningar har för hur aktören gestaltas. Ett värdeladdat ord definierar vi som ord som uttrycker en värdering. Ett ord som inte bara är deskriptivt, utan också innebär någon typ av ställningstagande, till exempel: “pamp”, “frihetskämpe” eller “radikal”. I vårt undersökta material framkom ett flertal sådana ord. Exempelvis beskrivs aktörer som “eldsjäl”, positivt laddat ord,

“nonchalerande”, negativt laddat ord, “engagerad berättare och upplysare”, positivt laddade ord.

Hur behandlas aktören? (Variabel 21)

Variabeln skapades för att kunna se på olika skillnader i hur aktörer behandlas. För att en aktör ska bli behandlad negativt i artikeln kan det förekomma negativt värdeladdade ord för att beskriva aktören. En aktör i vår undersökning beskrivs med de positivt laddade orden “engagerad berättare och upplysare”, aktören kodades sedan som positivt behandlad. En annan aktör beskrevs med det negativt laddade ordet “nonchalerande” och kodades sedan som negativt behandlad. En aktör kan dock koda som neutralt behandlad även om värdeladdade ord om de överlag blir neutralt behandlade. Det kan även framgå kritik mot aktören i texten, till exempel att journalisten själv säger emot den intervjuade eller låter många fler säga emot än hålla med. För att en aktör ska koda som positivt behandlad an positivt värdeladdade ord förekomma för att beskriva aktören. Aktören kan även få medhåll av journalisten eller andra aktörer i texten, andra aktörer som instämmer till tidigare säg eller att journalisten själv backar personen med t.ex. fakta.