



VI-SKOGEN

Varmare klimat – iskall nyhet?

- en rapport om klimatet i svensk media

30 juni 2015

 Retriever



När är nyhetstorkan för klimatet över?

När tidningarna skriver om klimatet påverkar det oss läsare. Artiklarna i morgontidningen blir till diskussioner runt lunchborden. Det påverkar om vi väljer att ta cykeln eller bilen. Det påverkar våra middagsval och det påverkar hur politiker och företag agerar.

Mot denna bakgrund har vi gett Retriever i uppdrag att undersöka hur svensk media skrivit om klimatförändringarna under de senaste tio åren. Flera hundratusen artiklar har analyserats och resultaten är tydliga.

Klimatförändringarna är ingen stor nyhet. Artiklarna om klimatförändringarna blir färre - och kortare.

Samtidigt vittnar allt fler fattiga bönder i Afrika om längre torrperioder och kraftigare regnoväder. Att det blivit ännu tuffare att få en skörd och en inkomst, på grund av klimatförändringarna.

Forskarna varnar och politikerna har visioner, men konkreta åtgärder och förändringar talas det tyst om. Hur går vi vidare?

2014 var det varmaste året som uppmätts i historien. Såväl president Obama som påven Franciskus har gjort färska och starka uttalanden om klimatförändringarnas roll i världen. Deras inlägg blev bara små krusningar på oceanen av nyheter som översköljer oss varje dag.

Kanske är det först när våra egna hustomter svämmar över och våra källare fylls med vatten som frågan blir viktig, på riktigt.

Det finns dock ljusglimtar. 2014 vände trenden uppåt och något fler artiklar skrevs om klimatförändringarna. Privatpersoner delar nu dessutom med sig av sina egna åtgärder för att bidra till en mer hållbar värld i insändare och debattinlägg. Klimatförändringarna beskrivs som någonting som pågår här och nu. Det finns en acceptans för att klimatförändringarna sker, att vi behöver ändra sättet vi lever på.

Trots sviktande resurser på redaktionerna har ekonomisidorna, kulturdelen och helgbilagor en naturlig plats i vårt svenska tidningslandskap. Kan klimatet få samma status? I England har The Guardian tagit på sig ledartröjan och bevakar klimatet på samma sätt som ekonomin och politiken, ställer krav på företag och ledare att ta ansvar. Agerar och agiterar som annars bara en kulturredaktion vågar. Vilken svensk redaktion tänker vara först?



Henrik Brundin,
senior advisor,
Vi-skogen



Syfte, avgränsningar och innehåll

SYFTE

Hur rapporterar svensk media om klimatförändringarna? Vem hörs och syns mest? Vi-skogen och Retriever presenterar rapporten "Varmare klimat – iskall nyhet" där hundratusentals tidningsartiklar om klimatförändringarna har analyserats.

AVGRÄNSNINGAR

Översikten baseras på sökningar i Mediearkivet för perioden januari 2005 till maj 2015. Denna del av rapporten baseras på nära 217 000 artiklar som innehåller ett urval av centrala ord och begrepp kopplade till klimatförändringar. Ett källurval har gjorts för att säkerställa att de bevakade källorna finns med under hela analysperioden. Syftet med detta är att ett förändrat antal källor inte ska påverka hur mycket klimatfrågan omskrivs. Totalt omfattar urvalet ca 50 tryckta tidningar och 270 webbkällor.

För att få fördjupad inblick i hur publiciteten om klimatförändringarna har förändrats över tid har även en manuell genomläsning av 1500 artiklar gjorts. Denna **djupdykning** baseras på ett källurval bestående av nio tidningars tryckta utgåva samt TT Nyhetsbyrån. De tidningar som är valda har stor läsarskara och är tydliga agendasättare. För att möjliggöra en jämförelse över tid har samma tidsperiod, första kvartalet 2005, 2010 och 2015, valts ut för att få en jämn spridning.

Källurval samt sökord finns specificerade i appendix på sidan 23.

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1. FÖRORD	s. 2
2. SYFTE, AVGRÄNSNINGAR OCH INNEHÅLL	s. 3
3. INTRODUKTION	s.4
2. ÖVERSIKT AV KLIMATFRÅGAN I MEDIA	s.5
• Varmare klimat – kallare nyhet	
• Mediebevakning år för år	
• Ordmoln 2005-2015	
• Klimatet hetast i SvD under 2014	
• Länsfördelning	
• Klimatförändringar och Afrika	
3. DJUPDYKNINGAR I MEDIEBILDEN	s.14
• Politikerna dominerar klimatbevakningen	
• Stort fokus på klimatskeptiker 2009	
• Kortare artiklar om klimatet	
• Klimatåtgärder ges större plats	
• Vad orsakar rapporteringen?	
4. REFLEKTIONER OCH AVSLUTNING	s. 20
5. APPENDIX	s. 23
6. KONTAKTUPPGIFTER	s. 26



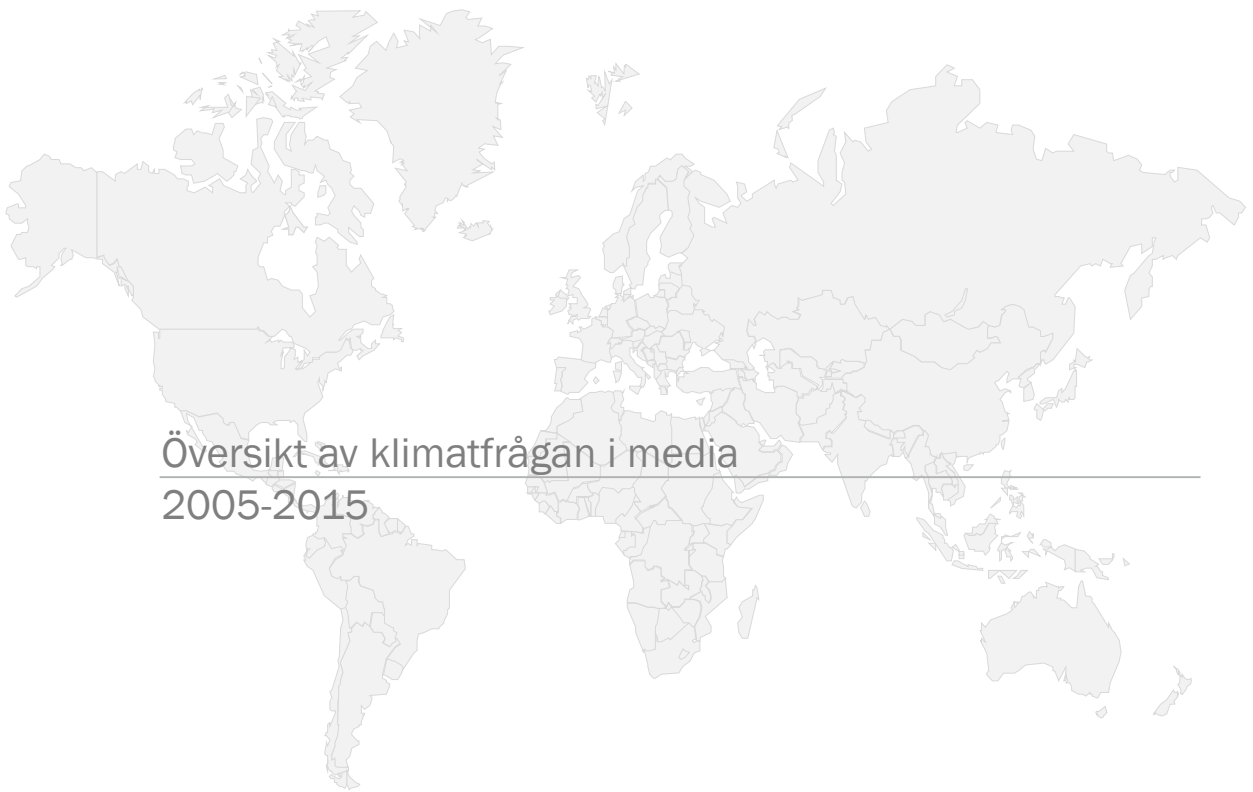
Introduktion

MEDIA OCH KLIMATFÖRÄNDRINGAR UNDER TIO ÅR

Enigheten är idag stor inom forskarvärlden om att pågående klimatförändringar har och kommer att ha en stor påverkan på samhället. Det finns risker för katastrofala följder om inget görs för att minska utsläppen. Temperaturen stiger och medeltemperaturen under 2014 var den högsta sedan 1860-talet enligt SMHI. Samtidigt har antalet artiklar som omtalar klimatförändringarna under flera år minskat. Efter en markant topp i december 2009 har publiciteten legat på en relativt låg nivå. Detta trots att frågan om hur utsläpp av växthusgaser och effekterna av klimatförändringarna ska hanteras på en personlig, nationell och global nivå ännu inte tydligt har besvarats. År 2014 innebar ett trendbrott då det var det första året sedan 2009 som antalet artiklar som omnämner klimatförändringar ökade.

Vilken roll och vilket ansvar media har för att lyfta frågan har länge varit en omdiskuterad fråga. Bland annat har Peter Berglez (Örebro universitet) och Ulrika Olausson (Örebro universitet) i "*Klimatfrågans död till stor del mediernas fel*" debatterat medias ansvar och funktion för att klimatfrågan ska prioriteras (SvD jun 2013).

Miljö beskrivs ibland som ett ämne som i relation till exempelvis våld, pengar och hälsa inte väcker lika stort intresse hos läsaren (Palm 2012). Samtidigt visar flera undersökningar att riskmedvetenheten bland svenskar kring klimatförändringarna är relativt hög, trots att ämnet sägs väcka relativt lågt intresse.



Översikt av klimatfrågan i media
2005-2015



Varmare klimat – kallare nyhet

VOLYM PER ÅR

Rapporteringen kring klimatförändringar visar på stora variationer avseende antal artiklar kring klimatförändringarna mellan åren 2005-2015. Under denna period förekommer en rad toppar och längre perioder av hög medierapportering kring klimatfrågan. Flera av topparna härrör från internationella händelser. Exempelvis ger IPCC:s (FN:s klimatpanel) rapportsläpp, Sternrapporten och klimattoppmöten resonans i media. Sett till årsvolymerna är 2007, 2008 och 2009 de år då frågan omskrivs mest. Toppår är 2007 och 2008 då över 32,000 artiklar publiceras, tätt följt av ca 31,300 artiklar under 2009. Mellan åren 2006 och 2007 ökar publiciteten med 150 procent men efter 2007 minskar medierapporteringen om klimatfrågan fram till 2014. I december 2009, i samband med COP15 i Köpenhamn, publiceras flest artiklar under en månad. Under perioden är medierapporteringen som störst årligen mellan september och december och som lägst under sommarmånaderna juni till augusti. En förklaring till detta är publicitetstoppar kopplade till klimattoppmöten i december.

TRE FASER

Publiciteten kan delas in i tre perioder utifrån hur mycket klimatfrågan omskrivs:

FAS 1: JANUARI 2005 - OKTOBER 2006

Den första perioden karaktäriseras av ett relativt lågt antal artiklar kring ämnet. Perioden avslutas med att Al Gores film "En obekväm sanning" släpps i Sverige i september 2006 och att Sternrapporten publiceras den 30 oktober 2006. I genomsnitt publiceras i källurvalet 850 artiklar per månad under denna period och toppmånaden är juli 2005 då ca 1400 artiklar publiceras.

FAS 2: "PEAK MEDIA COVERAGE" NOVEMBER 2006 -

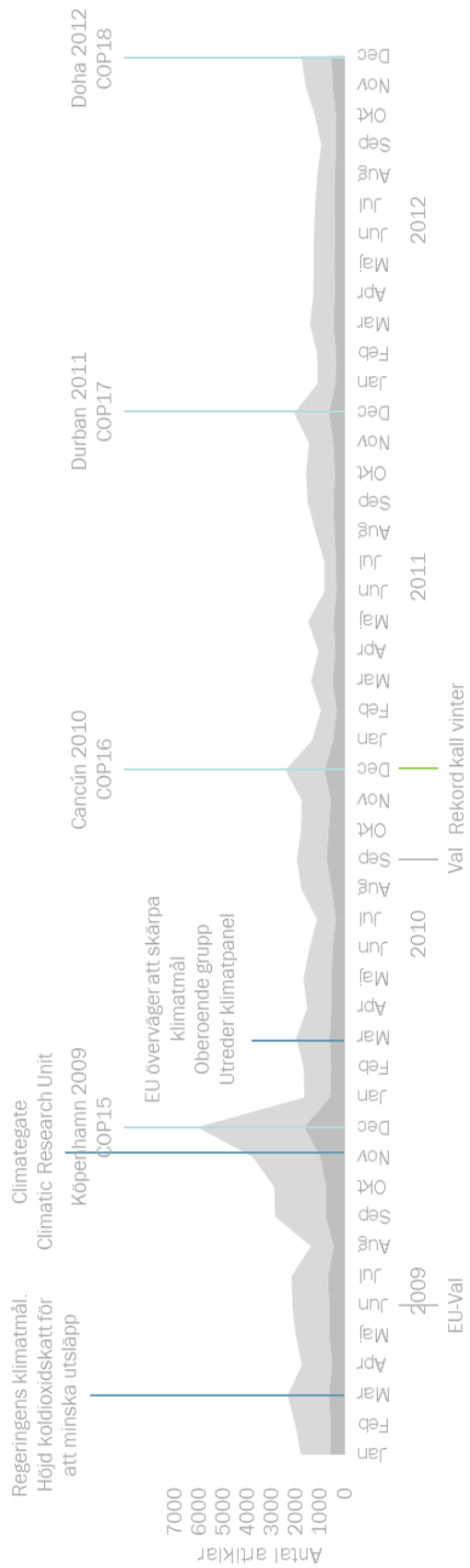
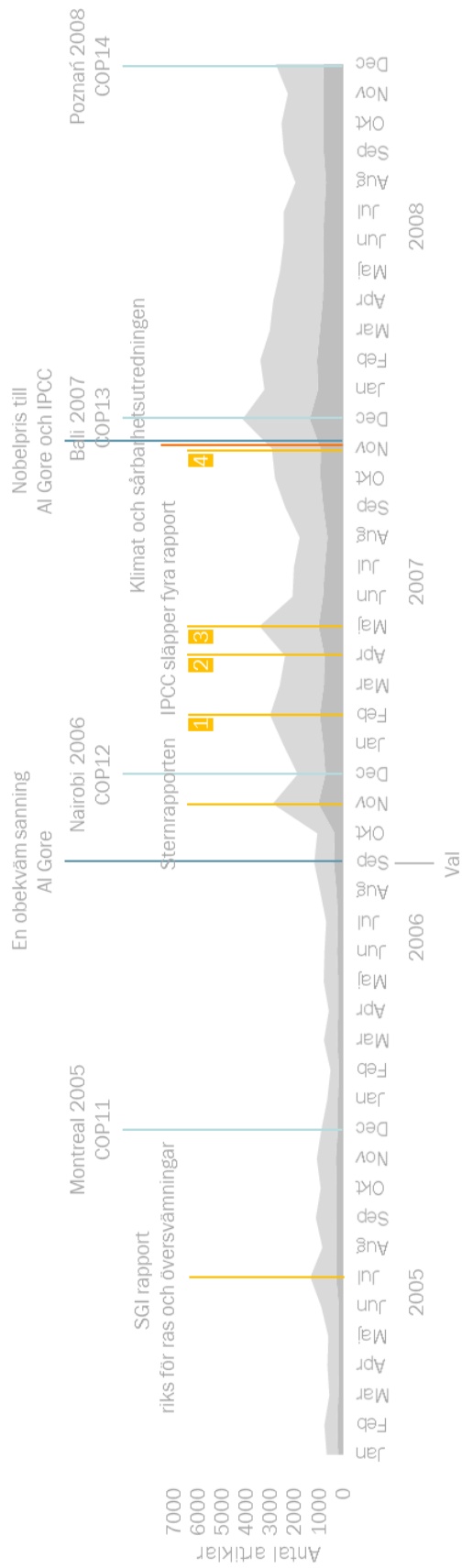
DECEMBER 2009

Efter att Sternrapporten släppts ligger publiciteten på en betydligt högre nivå än tidigare. Under 2007 släpper IPCC fyra rapporter kring klimatet. Al Gore och IPCC får Nobels fredspris. Tydliga toppar sker även i samband med klimatkonferenser. Den mest framträdande toppen (drygt 6000 artiklar) sker, som nämnts, inför och i samband med COP15 i Köpenhamn. I november briserar även skandalen som kommit att kallas *Climategate*. Ett flertal epostmeddelanden blir offentliga efter ett dataintrång hos Climatic Research Unit. Här presenteras formuleringar i mail som bevis på att forskare medvetet försökt förstärka bilden av att klimatförändringarna orsakas av människan. Efterföljande utredningar frikänns forskarna från skuld. Förväntningarna på resultat under COP15 är mycket höga och efter mötet beskrivs resultatet ofta som en besvikelse. Under denna andra fas publiceras i genomsnitt 2700 artiklar per månad.

FAS 3 POST PEAK JANUARI 2010-FF

Redan januari, månaden efter toppmötet, sjunker publiciteten till ca 1700 artiklar. Publiciteten når aldrig tillbaka till samma toppnivå som före Köpenhamn. Mindre toppar sker i samband med klimatkonferenser, IPCC-rapporter och EU:s beslut om nya klimatmål inför 2030. Under slutet av 2014 och början av 2015 omtalas förväntningar inför COP21 i Paris. Under denna period publiceras i snitt 1500 artiklar. Toppmånad är oktober 2014 då ca 2700 artiklar publiceras.

Mediebevaktning år för år





Mediebevakning år för år

ÄR SVERIGE UNIKT?

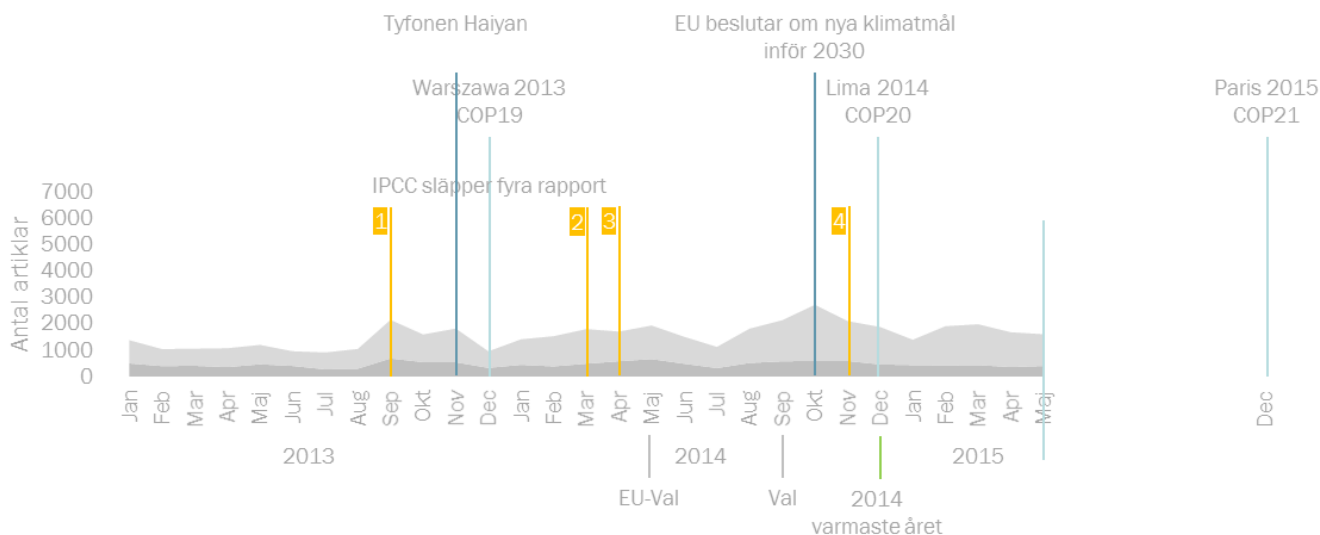
Här kan man ställa sig frågan om hanteringen av klimatfrågan skiljer sig mellan olika länder. Forskning har visat att det finns stora likheter mellan medieagendorna i Sverige och USA (Shehata & Hoppman 2012). Det är liknande förutsättningar för journalister i dessa länder. En förklaring till detta är att media till stor del bevakar större internationella källor och händelser som exempelvis släpp av IPCC-rapporter. En annan faktor är att nationell media är starkt beroende av ett fåtal nyhetsbyråer så som AP, AFP och Reuters för sin nyhetsbevakning.

ANTAL ARTIKLAR PER ÅR

År	Antal artiklar
2005	10540
2006	12927
2007	32298
2008	32243
2009	31336
2010	20969
2011	15838
2012	15443
2013	15177
2014	21650
2015	8568

VAD LIGGER I FOKUS VID RUBRIKSÄTTNING?

Det stora fokus på internationella avtal och politik blir tydligt då man tittar på ordmoln av vilka ord som omnämns i rubriker (se s. 9). En intressant aspekt är även att "vill", merparten av åren, är ett mer frekvent förekommande ord i rubrik än "ska".





Ordmoln 2005-2015

2005
10,540 art.



2006
12,927 art.



2007
32,298 art.



2008
32,243 art.



2009
31,336 art.



2010
20,969 art.



2011
15,838 art.



2012
15,443 art.



2013
15,177 art.



2014
21,650 art.



2015
jan t.o.m maj



Baserat på de vanligaste 50 orden i artikelrubriker per år 2005-2015.





Klimatet hetast i SvD under 2014

Under åren 2005 till 2015 har en rad tidningar genomfört reportageserier och satsningar kring klimatfrågan. Ett aktuellt internationellt exempel är The Guardian som har gjort en storsatsning för att rapportera kring klimatfrågan. I många fall ger det under en kortare tid ett fokus. Frågan är dock långt ifrån lika etablerad som exempelvis ekonomi eller sport som ofta får hela delar i tidningarna dedikerade till sig. Överlag kan sägas att flest artiklar under 2014 kommer från rikspress. Här ingår även källor som DN och SvD. Under året omnämns klimatfrågan i flest artiklar i Skåne län, följt av Västra Götaland. Dessa två regioner sticker även tydligt ut avseende antalet källor. Tittar man däremot på hur många artiklar som publiceras i förhållande till antalet tidningar är det medierna i Norrbotten, Gävleborg och Södermanlands län som skriver flest artiklar om klimatförändringarna (se tabell s. 12).

Den källa som publicerar flest artiklar kring klimatfrågan under 2014 är Svenska Dagbladet följt av Dagens Nyheter och Göteborgs-Posten. Svenska Dagbladet är även den tidning som omnämner klimatförändringar mest frekvent. Dagens Nyheter skriver om ämnet flest gånger i tryckt press (se fullständig lista på s. 11).

ANTAL ARTIKLAR PER LÄN 2014



* Ett flertal av de stockholmsbaserade källorna räknas som rikspress

LANDSKRONA POSTEN 2014-12-24

KLIMATET

Den varma hösten inte någon slump

STOCKHOLM

Skåne är knappt det enda länder, berättar klimatologen Sverker Hellström. Framför allt sedan 1980-talet. Och värme kommer det att bli.

Medeltemperaturen viger fortare i Finland än någon annanstans. Pyndet är ytterligare borta för att länderna också påverkas, som Finland och Sverige, strabass av större temperaturlöjning än andra länder till följd av klimatförändringen.

Enligt en forskning har medeltemperaturen stigit på nära dubbelt så snabbt i Finland som i resten av världen, mer än två grader sedan 1952. Det visar en studie av den finländska myndigheten till SMHI som tidigare presenterades på en internationell konferens i läsa Princeton, USA.

I Sverige är avvecklingen densamma, berättar Sverker Hellström, klimatolog vid SMHI.

Andra länder som Lettland har alltså redan passerat den höjning av den globala medeltemperaturen med som mest två grader som det internationella samfundet kommit överens om.

Här har medeltemperaturen ökat med cirka två grader sedan 1960, medan den "bara" ökat med 0,7 grader sedan 2010-talet tog det verkliga fart.

Orsaken, säger han, är att både Finland och Sverige ligger nära Nordpolen. Distributionen av marklaggar är densamma över hela jordklotet. Också många västlingsar reser till i minsta västretning, vilket främjar allmänheten på de ställen som har liten värmestreckning, som i vår västret. Så den temperaturlöjning vi har haft i Sverige beror framför allt på markens värme.

JONAS NELSON

Sverige och Finland och

GT 2014-08-21

SOMMARENS ALLA OVÄDER

Västra Götaland

REKORD 47,90! KLIMATFRÅGAN PÅ ETT BYGG

En oslaglig sommar? • Över översvinnningar • Bildar v' Hetta

KLIMATKONFEREN: SA PÅVERKAS VI I HUST





Klimatet hetast i SvD under 2014

ANTAL ARTIKLAR PER KÄLLA 2014

Källa	Antal artiklar	Trend*
Svenska Dagbladet	994	▲ 372
Dagens Nyheter	818	▲ 213
Göteborgs-Posten	774	▲ 170
Upsala Nya Tidning	700	▲ 146
Helsingborgs Dagblad	632	▲ 93
Aftonbladet	630	▲ 207
Borås Tidning	629	▲ 244
Sydsvenskan	580	▼ -37
Västerbottens-Kuriren	519	▲ 183
Skånska Dagbladet	516	▲ 54
Smålandsposten	515	▲ 196
Sundsvalls Tidning	511	▲ 181
Norrköpings Tidningar	507	▲ 242
Nerikes Allehanda	498	▲ 187
Kristianstadsbladet	496	▲ 170
Norrbottens-Kuriren	490	▲ 206
Södermanlands Nyheter	481	▲ 131
Östgöta Correspondenten	479	▲ 212
Piteå-Tidningen	462	▲ 125
Folkbladet	425	▲ 181
Expressen	424	▲ 63
Norra Skåne	418	▲ 186
Katrineholms-Kuriren	408	▲ 98
Barometern	407	▲ 92
Norrländska Socialdemokraten	405	▲ 163
Miljöaktuellt	398	▲ 27

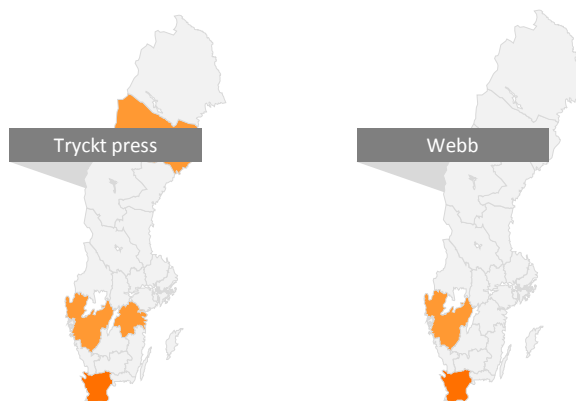


Länsfördelning

ANTAL ARTIKLAR I TRYCKT PRESS OCH WEBB PER LÄN 2014 (EXKLUSIVE RIKSMEDIA)

Län	Antal artiklar	Trend*	Artiklar per källa*
Skåne län	4602	▲861	89
Västra Götalands län	3551	▲995	50
Östergötlands län	2035	▲923	93
Gävleborgs län	2013	▲696	126
Dalarnas län	1800	▲378	90
Kalmar län	1686	▲592	89
Västerbottens län	1593	▲562	94
Västernorrlands län	1559	▲620	97
Södermanlands län	1481	▲364	123
Norrbottens län	1404	▲495	156
Stockholms län	1214	▲383	19
Hallands län	1082	▲307	60
Jönköpings län	1066	▲101	51
Uppsala län	1029	▲246	79
Värmlands län	846	▲128	65
Kronobergs län	737	▲271	61
Blekinge län	690	▲196	63
Örebro län	665	▲169	44
Jämtlands län	579	▲12	58
Västmanlands län	569	▲176	44
Gotlands län	528	▲126	66

* Förändring från föregående år. Uppåtriktad pil representerar en ökning, nedåtriktad pil en minskning



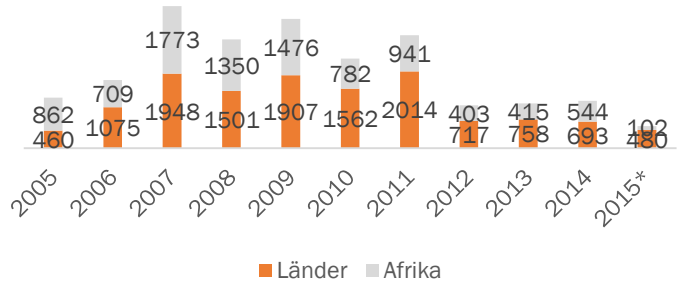


Klimatförändringar och Afrika

Afrika lyfts ofta fram som den kontinent som kommer att drabbas hårt av klimatförändringar. Men i artiklarna omnämns Afrika eller något av de afrikanska länderna endast i nio procent av publiciteten. Det kan jämföras med USA som omnämns i 23 procent av artiklarna, Obama förekommer själv i fem procent av publiciteten.

Något av Afrikas länder omnämns sammantaget i ca 13,100 artiklar i källurvalet mellan 2005-2015. Sydafrika och Kenya är de länder som förekommer mest frekvent i rapporteringen. För båda dessa länder återfinns toppar i samband med att länderna håller FN:s klimatkonferenser. Mellan 2005 och 2006 ökar uppmärksamheten till 1075 artiklar, av dessa omtalas Nairobi i 420 artiklar. Framförallt är det i november, i samband med klimatkonferensen 2006 i Nairobi (COP 12), som denna publicitet når en topp. Rapportering kring klimatförändringar där de afrikanska länderna omnämns når en topp under 2011. I samband med COP 17 Durban i december 2011 sker en topp i publiciteten då Durban omnämns i 898 artiklar. Denna publicitet är framförallt koncentrerad till november och december. Året efter konferensen minskar antalet artiklar markant. Utöver detta fokuserar media framförallt på rapporteringen kring länder på Afrikas östra sida. Något förvånande är att vissa länder som drabbats av extrema väderhändelser inte ges större utrymme i media. En förklaring till det kan dock vara att händelserna inte kopplas samman med klimatförändringar.

Det finns en högre bevakning av vissa symbolobjekt. 33 av 55 afrikanska länderna omnämns under perioden i detta sammanhang mindre än Kilimanjaro snö (ca 300 artiklar).



NERIKES ALLEHANDA 2015-05-31

800 miljoner går hungriga

Forbättrat läge i hela världen utom i Afrika
99 av 100 barn i Afrika lider av undernäring

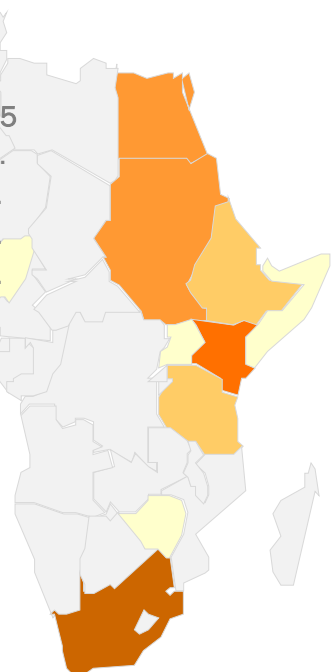
DAGENS NYHETER 2008-12-11

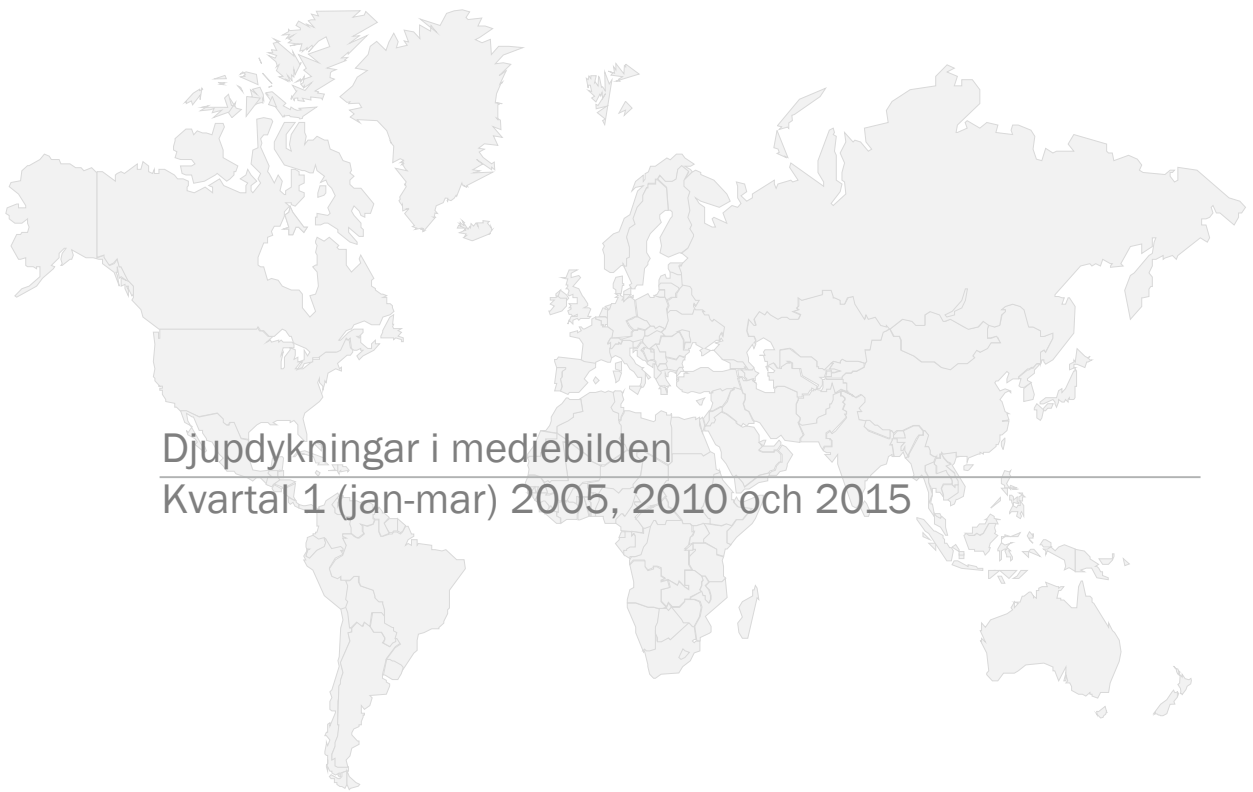
Afrikans länder kräver bättre hjälp med utsläpp

Större utsläpp på projekt i Afrika
Sverige vill utveckla klimatkonventionen

Topp 10 2005-2015

- Sydafrika 3 966 art.
- Kenya 2143 art.
- Egypten 1212 art.
- Sudan 1029 art.
- Etiopien 817 art.
- Tanzania 733 art.
- Somalia 695 art.
- Nigeria 632 art.
- Zimbabwe 600 art.
- Uganda 589 art.





Djupdykningar i mediebilden
Kvartal 1 (jan-mar) 2005, 2010 och 2015



Politikerna dominerar klimatbevakningen

Under de första kvartalen 2005, 2010 och 2015 är det främst **politiker** som ges störst utrymme i rapporteringen om klimatfrågor. När politiker uttalar sig rör det till störst del visionära mål som politikerna vill åstadkomma med sin politik. Dessa återföljs sällan i media av konkreta lösningar eller pågående åtgärder (se även s. 21).

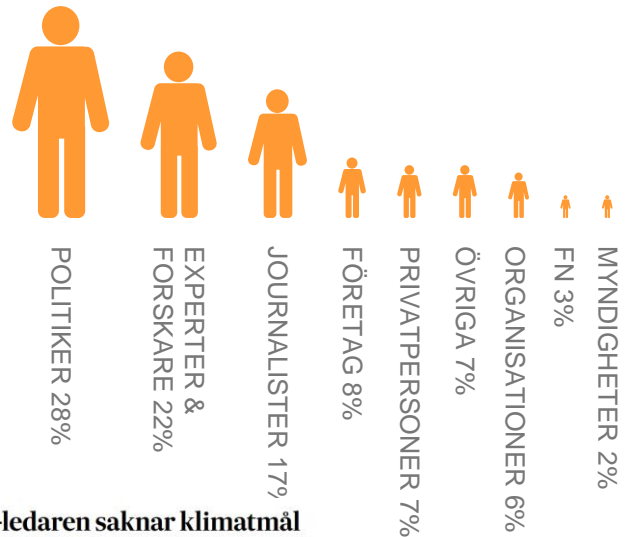
Under analysperioden fokuserar media till stor del på effekterna av de pågående temperaturförändringarna. Detta bidrar till att experter i form av **meteorologer** och **forskare** ges utrymme att kommentera detta. Forskare utgör en större del av denna expertkår och varnar tydligt för kommande naturkatastrofer om inga åtgärder vidtas av politiker på en internationell nivå. Samtidigt kommenterar flera experter den kalla pågående vintern och vill inte knyta an klimatförändringar till växthuseffekten utan menar att vädret förändras utan människors påverkan.

Journalister är den tredje mest aktiva aktörsgruppen i klimatdebatten. De fokuserar till störst del på politiska frågor i ledare och debattartiklar. Även temperaturförändringar engagerar journalisterna och publiciteten består även av att de slår tillbaka mot klimatskeptiker.

Representanter från **företag** står för nära var tionde uttalande i klimatrapporteringen och det är främst i artiklar kopplade till hållbar utveckling som dessa uttalanden sker. Till skillnad från *politiker* som ofta pratar om visionära mål föreslår företag oftast konkreta lösningar och berättar om åtgärder de har tagit för att minska koldioxidutsläpp, tänka klimatsmart och värna om miljön. Det är i huvudsak energibolag, försäkringsbolag och företag i industribranschen som är aktiva i dessa frågor. Det är framförallt i insändare om

temperaturförändringar som **privatpersoner** gör sina röster hörda. Under den kalla vintern 2010 är tonen ironisk och i flera insändare efterfrågas "lite växthuseffekt" och man frågar vart växthuseffekten tagit vägen eftersom det är så kallt. Under 2015 ändras tonen och flera privatpersoner delar med sig, både i insändare och i nyhetsartiklar, av vad de gör för att bidra till en hållbar utveckling/livsstil.

AKTÖRER



V-ledaren saknar klimatmål

En budgetförklarad till kommunerna och Europas lästa arbetslöshet 2020. Det var något av innehållet i Stefan Löfvens regeringsförklarade. Frågan om vintern i världen är dock fortfarande öppet och V-ledaren Jonas Sjöstedt kräver mer av vad Löfven lovar.

Den nye statsministern Stefan Löfven (S) gick igenom vad den nya rödgröna regeringen vill åstadkomma på områden efter omröstning i sin första regeringsförklarade.

Det ska handla om att bli beredda, en ny miljöbaserad, ny värdnadsgörelse, en ny väg utsläppsvärd och ett tydligt myndighetsansvar. Övervakningsmyndigheten om migrationspolitiken i riksdagen ligger fast.

Integrationsministern avskaffas. Vägen in i Sverige – och rätten till jobb och välfärd – är en angelägenhet för alla, betonar det i regeringsförklaringen.

Många lyssnare skrek när han läste avsnittet om barnvården i världen ska hantera. En kängig fråga som förhandlas med Vinterpartiet, och där förhandlingspartier förklarade. Både S, MP och V vill begränsa vinstuttag, men i olika grad.

Statsminister Stefan Löfven säger att lagar ska införas där vinst utom välfärd ska begränsas – men samtidigt ska välfärdens paragrafer.

– Privata alternativ i världen ska inte kunna göra vinst genom högre bemanning, sade Löfven i regeringsförklaringen.

Vinterpartiets ledare Jonas Sjöstedt kommenterade efteråt till Syd.

– Det där är ett uttryck för vad S och MP tycker, sen har vi större ambitioner och det är precis det vi förhandlar om nu.

Vinterpartiets ledare Jonas Sjöstedt gör uttalande både nu och till Stefan Löfven efter dennes regeringsförklarade. Han vill budgetförklarade, härjningsstrategier och att statsministern vill se förhållande som norm på arbetsmarknaden.

Å andra sidan saknas konkretion, menar Sjöstedt, och hittar saker som enligt honom saknas: Ett skärpt förhållande mot vapenexport till länderna, förbättringar i forskningsförklarade och tydliga bestämmelser i klimatpolitiken.

–Det förvånar mig att det inte finns konkreta mål för minskningen av växthusgas, det är märkligt, säger Jonas Sjöstedt.

SVD-TT

SVENSKA DAGBLADET 2014-10-04



DAGENS NYHETER 2013-04-15





Stort fokus på klimatskeptiker 2009

FALSK BALANS

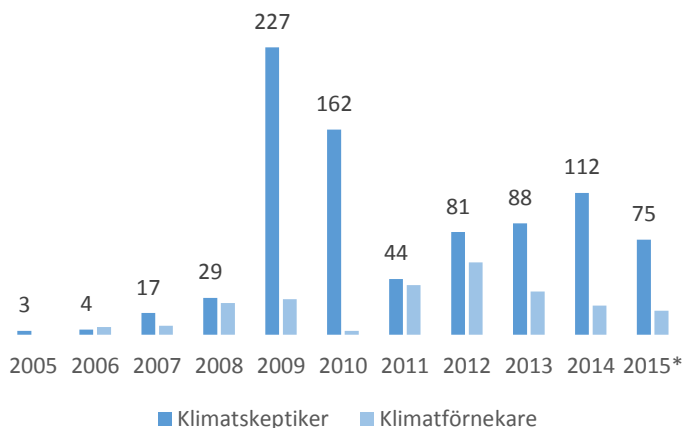
I strävan efter att vara opartisk försöker ofta journalister få representanter från flera sidor i en fråga att uttala sig. I flera fall presenteras klimatskeptiker mot klimatförespråkare. **Falsk balans** kallas det när media plockar fram två sidor och presenterar dem som jämbördiga, trots att de inte är det. Detta riskerar att ge en bild av att båda sidor har lika stort stöd.

Ofta lyfts en tydlig konflikt fram som en aspekt som höjer nyhetsvärdet på en händelse. Media har i flera sammanhang kritiserats för att ha gett klimatskeptiker samma utrymme som forskare som menar att klimatförändringarna är orsakade av mänskliga aktiviteter. Detta trots att den sistnämnda gruppen är markant större. Kritiken går ut på att media på det sättet ger oproportionerligt stort utrymme till klimatskeptiker vilket kan ge en bild i media av oenighet kring vad som orsakar förändringarna.

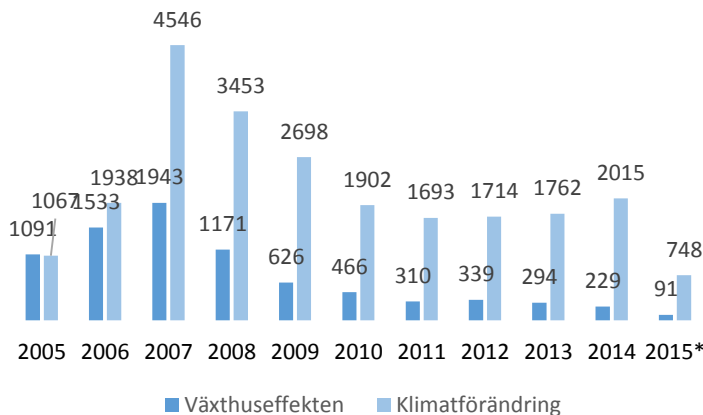
HUR BESKRIVS KLIMATFÖRÄNDRINGARNA?

Språkbruket som används för att beskriva de förändringar som vi här talar om varierar över tid. Två vanligt förekommande begrepp är *växthuseffekt* och *klimatförändringar*. I samband med att Sternrapporten publiceras den 30 oktober 2006 ökar användandet av de båda begreppen markant. Över tid är det begreppet klimatförändringar som används mest frekvent i källunderlaget. Även om begreppen *växthuseffekt* och *klimatförändringar* ofta används som synonymer finns forskning som visar att de amerikanska synonymerna till dessa begrepp ("Climate Change" respektive "Global warming") kan väcka olika associationer hos läsaren (Schuldt & Sungjong (2014)).

ANVÄNDANDE AV BEGREPPET KLIMATSKEPTIKER ELLER KLIMATFÖRNEKARE I MEDIA



ANVÄNDANDET AV TVÅ BENÄMNING AV VAD SOM SKER





Kortare artiklar om klimatet

I diagrammet nedan är det tydligt att det publiceras flest artiklar under 2010. Men hur stort utrymme får klimatfrågorna i artiklarna? Handlar hela artiklar om klimatförändringar eller omnämns de kort i förbifarten när fokus istället ligger på politiska utspel eller naturkatastrofer? Sett över tid får klimatfrågor allt mindre utrymme i artiklarna under åren 2005-2015 och artiklarna blir allt kortare.

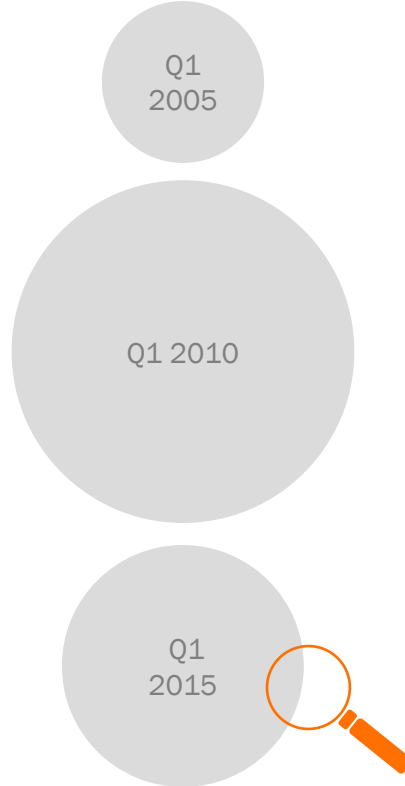
Under första kvartalet 2010, i kölvattnet av *Climategate* och den efterföljande klimatkonferensen i Köpenhamn, är fokus på klimatfrågor i artiklarna som störst. Den politiska aspekten av frågan lyfts därmed också i en större del av rapporteringen.

GLOBALT VS LOKALT FOKUS

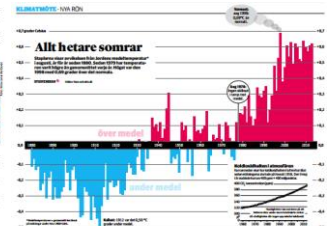
I över två tredjedelar av artiklarna lyfts det globala perspektivet fram under de tre åren. Jämfört med de övriga åren är artiklarna under 2015 mer lösningsorienterade. Lösningarna på klimathotet presenteras främst i samband med publiciteten om att EU överväger att skärpa klimatmålen.

Under första kvartalet 2015 är klimatfrågorna beskrivna i perifera sammanhang i mer än hälften av alla artiklar. Det beror till en del på att rapporteringen i större utsträckning består av artiklar där klimatfrågan inte är fokus. Istället används begreppet klimat som en självklar del i sammanhang som rör hållbarhet och klimatsmarta val i vardagen utan att djupare gå in på klimatförändringar. Detta förklaras delvis av att klimatdebatten också diskuteras allt mer ur ett lokalt perspektiv där fokus på anpassning och individuella åtgärder ökar.

KLIMATFRÅGAN I FOKUS



Diagrammet ovan visar hur många artiklar om klimatdebatten som har publicerats i de utvalda medierna under de första kvartalen 2005, 2010 och 2015





Klimatåtgärder ges större plats

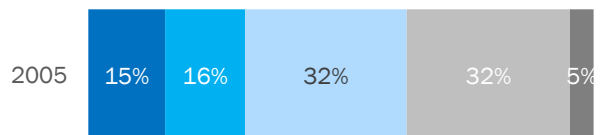
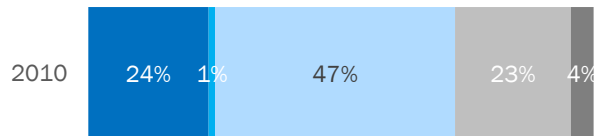
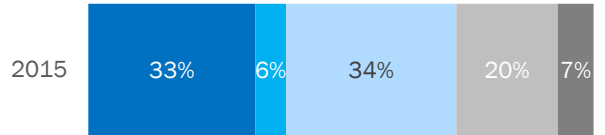
Politik och politiska utspel är den vanligaste orsaken till att artiklar om klimatförändringar skrivs under 2005, 2010 och 2015. Under dessa år står politik i snitt för en tredjedel av alla artiklar.

I början av mätperioden, 2005, är det framförallt Kyoto-protokollet som ger upphov till den politiska rapporteringen. Störst uppmärksamhet under 2010 får *Climategate* och under 2015 är det främst svenska politiker som på debattsidorna berättar vad de vill åstadkomma och kritiserar andra politiker för vad dessa inte har åstadkommit.

Artiklar om **hållbar livsstil** är den näst mest vanliga anledningen till att tidningarna skriver om klimat och miljö. Under 2015 står hållbar utveckling för en stor del av alla artiklar, 33 procent, vilket är en fördubbling från 2005 då motsvarande siffra var 15 procent.

Det skrivs flest artiklar om **temperaturförändringar** i början av mätperioden. Detta beror till stor del på att ett flertal forskningsrapporter publiceras som varnar om klimatförändringar och dess effekter.

VILKA ÄMNERN ÄR HETAST



- Hållbar livstil/utveckling
- Naturkatastrof/externt väder
- Politik
- Temperaturförändring
- Övriga

Diagrammet ovan visar andelen artiklar inom respektive ämne första kvartalen 2005, 2010 och 2015



GÖTEBORGS-POSTEN 2013-09-16



UPSALA NYA TIDNING 2015-01-18





Vad orsakar rapporteringen?

POLITIK OCH TEMPERATURFÖRÄNDRINGAR DOMINERAR Q1 2005

Som tidigare nämnts är det dels rapportering om Kyoto-protokollet som ligger till grund för den politiska publiciteten men även kärnkraftens framtid och avveckling bidrar till uppmärksamheten i media. I takt med att forskarrapporter och klimatkalkyler publiceras och varnar för temperaturförändringar förminsas från annat håll betydelsen av människans påverkan på klimatförändringar. I ett flertal artiklar förklarar forskare och meteorologer förändringar i klimatet som naturliga som inte kan knytas an till växthuseffekten.

Ett femtiotal artiklar publiceras om naturkatastrofer och extremväder under årets första tre månader. Över hälften av dessa har sitt ursprung i stormen i södra Sverige och handlar om hur det svenska samhället, elbolag och försäkringsbolag måste anpassa sig till klimatförändringar och kommande naturkatastrofer.

KALL VINTER OCH CLIMATEGATE = INGEN VÄXTHUSEFFEKT Q1 2010?

Den kalla vintern i Sverige under 2009/2010 bidrar till en stor del av medias rapportering om klimatet. Privatpersoner och klimatskeptiker ifrågasätter växthuseffekten på debattsidor och insändare med argumentet att det är en kall vinter. Samtidigt försöker meteorologer och klimatdebattörer nyansera bilden och förklara motsatsen i ett tiotal nyhetsartiklar.

Kritiken mot FN och klimatpanelens studier, i samband med *Climategate*, omskrivs flitigt av den svenska pressen under 2010. Både internationella och svenska forskare samt journalister diskuterar de manipulerade siffrorna. Felaktiga påståendena och kritiken överskuggar rapporteringen under hela perioden. Dessa två händelser engagerar många

debattörer och under året består 40 procent av alla artiklar om klimatförändringar av åsiktsmaterial i form av debattartiklar, ledare och insändare.

HÅLLBAR UTVECKLING OCH PÅGÅENDE FÖRÄNDRINGAR I FOKUS Q1 2015

Publiciteten under 2015 präglas av ett ökat engagemang hos privatpersoner och företag i hållbarhetsfrågor och en tredjedel av alla artiklar som skrivs om klimat har just med hållbar utveckling att göra. Försäljning av ekologisk mat, egenproducerad energi, klimatsmarta projekt och miljöinsatningar bidrar till att hållbar utveckling får ett ordentligt uppsving och omskrivs lika mycket som politiska utspel och händelser.

Nära åtta av tio artiklar som skrivs under 2015 nämner klimatförändringar som något som pågår här och nu och i en stor del av rapporteringen nämns även konkreta lösningar på hur man kan lindra människornas påverkan på klimatet. Det här är en stor förändring från 2005 och 2010 då man i varannan artikel pratade om klimatförändringar som något som kommer att hända i framtiden.

Mer vegetariskt i mataffärerna

Det finns alldeles för lite vegetariskt i en vanlig mataffär. Det finns alltid mängder av hyllor fyllda med massa olika köttprodukter, men få hyllor med till exempel soja- eller quornprodukter som är vegetariska ersättningar. Många fler skulle säkert välja vegetariskt om det bara fanns mer att välja mellan. Ju fler som väljer bort köttet, desto hälsosammare kommer vi människor att leva. Vi kommer att drabbas av färre sjukdomar och vårt samhälle blir miljövänligare.

Det är inte miljövänligt att äta så pass mycket kött som vi gör. Det är ingen hållbar utveckling och vi måste göra något åt det genast! En fjärdedel av all klimatpåverkan härrör från mat, och en stor del av det består av kött. Vår planet påverkas negativt utav detta.

Forskning visar att kött, framför allt rött kött, ger ökad risk att dö i förtid av hjärtkärlsjukdomar och cancer, eftersom kött är svårsmält. Sedan 1990 har konsumtionen ökat med fyrtio procent, enligt en

rapport från Jordbruksverket.

Dessutom mår våra djur fruktansvärt dåligt. Alldeles för många grisar fids på hårt betonggolv, instängda i små burar, behandlas utan någon som helst respekt, tas ifrån sin mamma efter några veckor, transporteras i pyttesmå burar till ett slakteri där de sedan mister livet. Är detta rätt?

Jag hoppas att vi får mer vegetariska alternativ i vanliga mataffärer och att fler väljer det vegetariska framför kött.

Michelle Lauritsen

EXPRESSEN
2015-03-28



Reflektioner och avslutning



Reflektioner

SAMMANFATTNING

En rad olika faktorer påverkar när media rapporterar om klimatförändringar. Här följer en genomgång kring fyra centrala aspekter som spelar in: 1) Hur media **tidigare rapporterat** kring frågan. 2) De **förändringar** som pågår på **redaktionerna**. 3) **Medielogik**. 4) Hur läsaren påverkas av att mötas av **skrämmande budskap**.

1) HÄNDELSEFÖRLOPP

En bidragande orsak till den minskande rapporteringen kring klimatfrågan är ett antal nyckelhändelser. De höga förväntningar på COP15 Köpenhamn införlivades inte. Skandalen kring *Climategate* ifrågasatte trovärdigheten i forskningen. Även händelser utanför klimatfrågan påverkar medierapporteringen genom att skifta fokus från klimatfrågan till något som bedöms ha ett högre nyhetsvärde. Ett exempel är finanskrisen 2008 som ökade fokus på ekonomi och arbete.

2) FÖRÄNDRADE FÖRUSÄTTNINGAR FÖR JOURNALISTIKEN

Media har under en lägre tid genomgått flera större förändringar. Bland annat har var fjärde journalist på svenska dagstidningarna slutat och var tredje lokalredaktion lagts ned mellan åren 2004 och 2014. Enligt en undersökning från Sim(o) har även antalet specialreportrar minskat under de senaste åren. Detta gör att färre journalister på tidningarna har sakkunskap nog att granska komplexa frågor likt klimatfrågan. Här finns en risk att journalistiken blir ytligare.

3) MEDILOGIK

Viktigt för att förstå rapporteringen är även att betrakta klimatfrågans förutsättningar utifrån *medielogik*. Medielogik är ett samlingsbegrepp för att fånga in en rad olika faktorer som avgör vad som

plockas upp av media. Ur detta perspektiv finns några aspekter som påvisar en minskad sannolikhet för att klimatfrågan omtalas. Händelsen bör vara *närliggande* i tid och rum men klimatfrågan är en global fråga som pågår under en lång tidsperiod. Händelsen skall gärna vara entydig och enkel att förstå. Specifika effekter av klimatförändringar präglas ofta av en viss grad av osäkerhet och dramatiska väderförhållanden kan i många fall vara svåra att tydligt koppla till klimatförändringarna. Exempelvis innebär det en utmaning att konkretisera en koppling mellan utsläpp av växthusgaser och effekten av klimatförändringar. Ofta är nyheter kring klimatförändringarna vetenskapliga och opersonliga i motsats till den personifiering som ofta används för att läsaren ska kunna knyta an till nyhetskändelsen. En vanlig bild för att illustrera pågående klimatförändringar i artiklar som fokuserar på frågan är en bild på planeten eller framträdande politiker. Samtidigt finns det ett medialt intresse av rapporter kring oväntade effekter från den förstärkta växthuseffekten. Nyhetsvärdet ligger då i att det är nytt och häpnadsväckande snarare än väletablerad fakta.



Reflektioner

4) EFFEKTEN AV MEDIERAPPORTERINGEN

I media ges återkommande bilden av klimatförändringar som ett stort hot. Bland annat presenteras i dramatiska artiklar effekterna av extremväder och översvämningar. Termer om klimathot och klimatkaos används för att beskriva klimatförändringar. Enbart termen *Klimathot* omtalas i 13,100 artiklar i källurvalet för 2005-2015, användandet av begreppet nådde en topp 2007. Denna typ av nyhetsrapportering kring larm och hot väcker intresse. Men frågan är hur läsaren påverkas av att under en längre tid möta det som kan uppfattas som abstrakta hotbilder.

En infallsvinkel för att bedöma vilken effekt det kan få på läsaren att konstant mötas av denna typ av hotfulla bilder är hur rädsla fungerar och påverkar attityder och beteenden (s.k. *fear appeal*). Budskap som spelar på vår rädsla bör beskriva hotet som allvarligt och nära förestående. Men budskapet måste också ge mottagaren ett (gärna enkelt) sätt att undvika hotet. Ett skrämmande budskap kan hanteras genom att man: 1) minskar hotet eller 2) kontrollerar känslan av rädslan.

I den djupdykning som gjordes för kvartal ett 2005, 2010 och 2015 framkom att antalet artiklar som innehöll en handlingsuppmaning var mycket lågt. I denna typ av artiklar presenteras ett hot utan att mottagaren får en konkret förslag på lösning. Om *ingen lösning* ges eller om lösningen inte upplevs som möjlig att genomföra, eller uppfattas som *ineffektiv*, är risken att läsaren istället hanterar sin rädsla snarare än att agera för att hantera hotet. Läsaren kan då exempelvis förkasta budskapet, ifrågasätta källan till budskapet eller minimera bilden av hotet istället för att ändra sitt beteende.

Klimatförändringar är en komplex och sammansatt fråga och det finns få enkla lösningar att presentera.

Det mest konkreta i rapporteringen av klimatförändringar är effekterna. Läsaren ges i de analyserade artiklarna endast undantagsvis exempel på möjliga lösningar. Fokus ligger snarare på att beskriva effekterna eller från politiker på att beskriva vad man vill åstadkomma. Resultatet av dessa visioner är sällan fullständiga lösningar på klimatfrågan utan bara dellösningar. Det här försvårar för läsaren att se möjliga handlingar vilket minskar sannolikheten att en upplevd rädsla leder till en handling för att hantera hotet. En andra möjlig väg att hantera sin rädsla på blir därför att agera mot rädslan snarare än hotet genom att minska eller helt ta bort känslan av hot. Ett exempel på det sistnämnda är att läsaren ifrågasätter hotbilden som media ger eller rent av ser klimatförändringarna som något positivt.

AVSLUTNING

I förhållande till att människor i Afrika redan idag vittnar om effekterna av pågående klimatförändringar rapporteras det oerhört lite om detta i svensk media. En av anledningarna till det kan vara den nämnda närhetsprincipen. Desto närmare en nyhetshändelse är, kulturellt eller geografiskt, desto mer ökar sannolikheten att media skriver om den. Det avspeglas såklart också i rapporteringen om klimatförändringar i afrikanska länder. Det bor tre gånger fler människor i de afrikanska länderna än i USA, trots det nämns USA i den svenska klimatdebatten i nära var fjärde artikel medan de afrikanska länderna enbart omnämns i var tionde.

Sammanfattningsvis är klimatfrågan komplex och sammansatt. Att rapportera kring detta innebär en rad utmaningar för journalister. Klart är att en stort sett enig forskarkår ser det här som en av vår tids största ödesfrågor. Uppenbart är att nyhetsvärdet för klimatfrågor inte stiger i samma takt som medeltemperaturen.



Appendix - underlag till analysen

Översikten baseras på sökningar i Mediearkivet och utgår från ett källurval som består av 48 tryckta tidningar och 271 webbkällor. Namnen på dessa källor kan ges vid förfrågan.

Artiklar från följande källor ligger till grund för djupdykningen i mediebildens om klimatförändringar:

- *Aftonbladet*
- *Dagens industri*
- *Dagens Nyheter*
- *Expressen*
- *GT*
- *Göteborgs-Posten*
- *Kvällsposten*
- *Svenska Dagbladet*
- *Sydsvenskan*
- *TT Nyhetsbyrå*

Följande sökord ligger till grund för urvalet till översikten och djupdykningen:

Klimat i samband med ord som förändring, mål, forskning, utsläpp, koldioxid, uppvärmning, påverkan, ekosystem och hållbar utveckling. Samt klimatförändring, klimatmål, växthuseffekt, global uppvärmning, klimatinnovation, klimatforskning, klimatmål, klimatavtal, klimatförhandling, klimatrapport, klimatpanel, klimattoppmöte, klimatuppvärmning, globaluppvärmning, klimatpåverkan, klimatfinansiering, klimatsmart, klimatinvestering, klimatanpassning och klimatkompensation.

* För att få med alla ändelser på respektive sökord har trunkeringar använts. Exempelvis betyder klimatavtal att alla artiklar som innehåller klimatavtal, klimatavtalens, klimatavtalets osv. har tagits med i analysunderlaget.



Appendix - underlag till analysen

KÄLLFÖRTÄCKNING

Berglez, Peter & Olausson, Ulrika (2013)
"Klimatfrågans död till stor del mediernas fel"
Svenska Dagbladet 2013-06-05

Palm, Lars (2006) "*Kommunikationsplanering : en handbok på vetenskaplig grund.*" Studentlitteratur

Schuldt Jonathon & Sungjong Roh (2014) "*Media Frame and Cognitive Accessibility: What Do "Global Warming" and "Climate Change" Evoke in Partisan Minds*" Environmental Communication

von Kroghs, Torbjörn red. (2011) "*Specialreportern - framväxt, funktion, framtid*" Stiftelsen Institutet för mediestudier





Kontaktuppgifter

VI-SKOGEN

Vi-skogen är en svensk biståndsorganisation som planterar träd i Kenya, Rwanda, Uganda och Tanzania. Grunden för Vi-skogens arbete är agroforestry – att plantera träd och grödor tillsammans. Det ger ökad tillgång till mat, större inkomster och skydd mot klimatförändringarnas negativa effekter. Sedan starten 1983 har Vi-skogen bidragit till att plantera 100 miljoner träd och hjälpt 1,8 miljoner människor ut ur fattigdom.

www.viskogen.se

RETRIEVER

Medieanalysföretaget Retriever är ledande i Norden inom mediebevakning, verktyg för redaktionell research, medieanalys och företagsinformation. Retriever bevakar och analyserar information i sociala medier, webb, tidningar, magasin, radio och tv. Retriever ägs av TT Nyhetsbyrån och norska nyhetsbyrån NTB.

www.retriever.se

MARCUS LUNDSTEDT

Pressansvarig Vi-skogen

marcus.lundstedt@viskogen.se

Tel. +46 (0)70 107 43 17

VIKTOR LIEDNER

Medieanalytiker Retriever

viktor.liedner@retriever.se

Tel. +46 (0)8 546 121 39

IOANNA LOKEBRATT

Medieanalytiker Retriever

ioanna.lokebratt@retriever.se

Tel. +46 (0)76 000 10 30

RETRIEVER AB

Birger Jarlsgatan 6B

114 34 Stockholm

Tel. +46 (0)8 546 121 00