

# JMG

Kandidatuppsats i  
journalistik

2022-01-07

Institutionen för  
journalistik, medier och  
kommunikation

<https://www.gu.se/jmg>

# Det miljöjournalistiska arbetet

**En kvalitativ undersökning om miljö- och klimatjournalistik  
ur ett redaktionellt perspektiv**

Författare: Hanna Josefsson och Miranda Smedberg  
Handledare: Emil Östlund  
Kursansvarig: Marina Ghersetti



GÖTEBORGS UNIVERSITET  
JOURNALISTIK, MEDIER OCH KOMMUNIKATION

*”Vi står inför ett existentiellt hot, då måste journalistiken förhålla sig till det för att inte svika uppdraget som yrkesrollen har.”*

*- Jonathan Jeppsson, Aftonbladet*

## Abstract

Title: Det miljöjournalistiska arbetet – En kvalitativ undersökning om miljö- och klimatjournalistik ur ett redaktionellt perspektiv  
Authors: Hanna Josefsson och Miranda Smedberg  
Level: Bachelor thesis in Journalism  
Term: HT 2021  
Supervisor: Emil Östlund

**Aim:** The aim of our study is to examine the editorial approach to climate and environmental reporting in Sweden's largest newsrooms. Through qualitative interviews with editorial offices, we investigate this matter with a basis of four questions as a foundation for further review: 1. How do different newsrooms relate to environmental issues in news evaluation and reporting? 2. How much space, according to the newsrooms, does environmental news get in contrast to other news, and how is that justified? 3. What are the differences between the environmental journalistic work of the various newsrooms? 4. How do the editorial offices look at the future regarding the work with environmental journalism?

**Theoretical framework:** To model the questions of the interviews and to create a theoretical framework to relate to, explaining the phenomena in the analysis, we take support and inspiration from the theories of news values and media logic.

**Method:** To fulfill the aim of the study, a qualitative interview study was implemented, using the interview answers as a source to how the largest newsrooms in Sweden approach to environmental journalism. We chose seven of Sweden's most popular news medias, containing TV, radio, daily and evening news papers. Six of these participated. With help from former research and the chosen theories, we formed a questionnaire and met up with one (in one case two) journalists, most of them editor-in-chiefs, at each editorial office.

**Results:** The result of the study shows that the editorial offices all agree that the climate is a subject of great importance that needs and gets more priority than earlier, but they work with it in slightly different ways. The interviewees are also agreed on that the news valuing work is almost the same regardless the subject. At the same time many challenges when working with environmental journalism came up for discussion. Therefore, our conclusion is that the subject in some ways is harder to work with than others. We've identified differences between the editorial offices in how they organize the staff. From having an own climate editorial with specialized reporters, to not having it – and instead distribute the environmental journalism to all reporters. Up until now we've identified a variety of methods to communicate and focusing on the issue. For example, Aftonbladet and Expressen have live pages for faster climate news. SVT has a newsletter for subscribers. Last spring DN had a whole day's paper just focusing on climate news. In the future, all the newsrooms have the ambition to continue focusing on the matter. TV4 consider connecting a council of experts to the newsroom. SR is planning for a big focus on environmental issues in the politics, regarding the upcoming election in Sweden. Some other plans are not yet official.

## Innehållsförteckning

<b>1. INLEDNING</b>	<b>6</b>
1.1 Definitioner av centrala begrepp	7
<b>2. SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNINGAR</b>	<b>8</b>
<b>3. TIDIGARE FORSKNING</b>	<b>9</b>
3.1 Uppmärksamhetscykler	9
3.2 Nyhetsvärdering och slutligt urval	9
3.3 Nyhetsrapportering i kriser	10
3.4 Behov av forskning och experter	11
3.5 Miljö- och klimatnyheter ökar	11
3.6 Yttre påverkan	12
<b>4. TEORETISKT RAMVERK</b>	<b>13</b>
4.1 Medielogik	13
4.2 Nyhetsvärdering	14
4.3 Teoriernas relevans	15
4.4 Teoriernas samspel	15
<b>5. METOD OCH MATERIAL</b>	<b>16</b>
<b>5.1 Genomförande</b>	<b>16</b>
5.1.1 Urval	16
5.1.2 Frågeguide	17
5.1.3 Intervjusituation	18
5.1.4 Transkribering	19
5.1.5 Analysarbete	19
<b>5.2 Forskningsetiska principer</b>	<b>20</b>
5.2.1 Informationskravet	20
5.2.2 Samtyckeskravet	20
5.2.3 Konfidentialitetskravet	21
5.2.4 Nyttjandekravet	21
<b>5.3 Kritisk metoddiskussion</b>	<b>21</b>
5.3.1 Validitet och reliabilitet	22
<b>6. RESULTAT OCH ANALYS</b>	<b>23</b>
<b>6.2 Redaktionernas organisering kring miljö- och klimatjournalistik</b>	<b>23</b>
6.2.1 Fasta ämnesreportrar	24
6.2.2 Nyhetsvärdering och urval	25
6.2.3 Plattformer	26
6.2.4 Utmaningar	27
6.2.5 Experter och forskare	29

6.2.6	Kompetens	31
6.2.7	Riktlinjer och regler	32
<b>6.3</b>	<b>Ämnets prioritet enligt redaktionen</b>	<b>32</b>
6.3.1	Fokus	32
6.3.2	Utrymme	33
<b>6.4</b>	<b>Miljöjournalistik över tid</b>	<b>34</b>
6.4.1	Utveckling och brytpunkter	34
6.4.2	Läsarintresse	36
6.4.3	Framtid	37
<b>7.</b>	<b>SLUTSATS</b>	<b>39</b>
7.1	Hur förhåller sig olika redaktioner till miljöfrågor i nyhetsvärderingen och rapporteringen?	39
7.2	Hur stort utrymme, enligt redaktionerna, får miljönyheter till skillnad mot andra nyheter och hur motiveras det?	39
7.3	Vilka skillnader finns mellan de olika redaktionernas miljöjournalistiska arbete?	40
7.4	Hur ser redaktionerna på framtiden avseende arbetet med miljöjournalistiken?	40
<b>8.</b>	<b>DISKUSSION</b>	<b>42</b>
<b>9.</b>	<b>FÖRSLAG TILL VIDARE FORSKNING</b>	<b>44</b>
9.1	Rapporteringens påverkan och politisk miljörapportering	44
9.2	Journalistens förhållande till ämnet	44
9.2	Hur ska journalisterna bli klimatexperter?	44
9.4	Miljöjournalistiken globalt	44
<b>10.</b>	<b>REFERENSLISTA</b>	<b>45</b>
<b>11.</b>	<b>BILAGOR</b>	<b>48</b>
11.1	Bilaga 1 (Informationsbrev)	48
11.2	Bilaga 2 Frågeguide	49

# 1. Inledning

Miljön påverkar allt liv på jorden. FN definierar klimatfrågan som en av vår tids största utmaningar i Agenda 2030 (United Nations, 2015). Från att forskare försökte etablera frågan om klimatförändringarna under 1980-talet har miljöfrågan med åren fått större utrymme och förankring i samhället - både hos allmänheten och inom forskning och politik. Detta eftersom den vetenskapliga konsensusen kring människans påverkan på klimatet har stärkts (IPCC, 2021). År 2015 slöts ett historiskt avtal på en av FN:s världsomspännande klimatförhandlingar, då nästan alla världens länder skrev under Parisavtalet och förband sig till flera klimatåtgärder för att snabbt och drastiskt minska utsläppen.

Journalistiken har till uppgift att ge medborgarna den information de bör få för att kunna agera fritt och självständigt (SOU 2016:30). Detta görs genom att undersöka, informera och förklara, granska makten och skildra verkligheten. Det verkar inte råda några tvivel om miljöämnets vikt för mänsklighetens framtid på jorden. Klimatforskningen påvisar både förödande konsekvenser långsiktigt men också en omedelbar negativ påverkan på både ekonomi och folkhälsa (Romanello, m.fl., 2021). Därför är det intressant att undersöka om nyhetsrapporteringen i Sverige faktiskt verkligen speglar ämnets relevans utifrån ett redaktionellt och journalistiskt perspektiv.

Enligt Monika Djerf-Pierre (2019:227-239) finns få studier av miljöjournalistikens utveckling över längre tid. Ett övergripande resultat inom forskningen är dock att den svenska miljörapporteringen, liksom den globala, följer *uppmärksamhetscykler* (Anthony Downs, 1972) vilket innebär att rapporteringens frekvens går i vågor. Samtidigt som rapporteringen varierat, kan man genom ett antal studier överblicka ämnets frekvens i medier genom åren och tydligt se att miljö och klimat är ett ämne som ökat i nyhetsrapporteringen både globalt och i Sverige (Djerf-Pierre, 2013; Retriever 2021; m.fl.). Forskning visar även att det råder en relativ samstämmighet inom journalistkåren kring medias ansvar gentemot allmänheten i arbetet med krisjournalistik (Odén, m.fl., 2016).

Vi har inte lyckats hitta någon tidigare kvalitativ intervjustudie kring hur Sveriges största redaktioner arbetar för att säkerställa en rättvist prioriterad och formulerad nyhetsrapportering om klimat och miljö. Snarare är studier av kvantitativ karaktär mer frekvent förekommande, som främst studerar innehållet i materialet och inte redaktionernas egna uppfattningar och tillvägagångssätt kopplat till miljöjournalistik. Vi funderar därmed på hur det redaktionella arbetet är upplagt kring ämnet och hur det motiveras. Vad har redaktionerna för riktlinjer, planer och ambitioner? Hur har man organiserat bemanningen? Hur nyhetsvärderar man? Varför tenderar vissa andra ämnesområden, som ekonomi, sport och kultur att ha förutbestämda utrymmen i media medan klimatet inte har det?

Dessa frågeställningar är ett axplock av vad vi kommer att söka svar på i våra intervjuer. Med detta som grund anser vi att vår forskning fyller en forskningslucka och får ett kumulativt syfte. Vår förhoppning är således att den kan utgöra ett tillskott till existerande forskning om exempelvis miljörapporteringens frekvens och det journalistiska arbetet.

Vi ser också en given relevans ur ett samhälleligt perspektiv som på flera sätt går hand i hand med det teoretiska och inomvetenskapliga. Den vetenskapliga konsensusen kring ämnets vikt kombinerat med journalistikens uppdrag ger ett intressant och viktigt utgångsläge att undersöka det redaktionella arbetet. Både utifrån ett journalistiskt perspektiv kring hur man tar sig an komplexa ämnesområden inom ramarna för journalistiska värderingar (se t.ex. Nygren, 2019;59-71). Men kanske främst utifrån ett demokratiskt perspektiv och ett medborgarbehov, hur redaktionerna arbetar för att spegla ämnets relevans. Detta ska vi undersöka genom att konkret fråga redaktionerna vad man har för rutiner, riktlinjer och ambitioner för att stärka miljöjournalistiken och varför. Vi har också undersökt hur redaktionerna ser på framtiden ur ett miljöjournalistiskt redaktionellt perspektiv.

## **1.1 Definitioner av centrala begrepp**

Monika Djerf-Pierre och Ulrika Olausson (2019:227-240) definierar miljöjournalistik som journalistik som handlar om miljöproblem och miljöfrågor. De menar att definitionen innefattar all journalistik som rör natur, biologisk livsmiljö och hur miljö och människa påverkar varandra.

När vi använder begreppet miljöjournalistik i vår uppsats innefattar detta även klimatjournalistik, som enligt Djerf-Pierre och Olausson (2019:227-240) troligtvis är den miljöfråga, vid sidan av kärnkraften, som fått mest uppmärksamhet i media.

## 2. Syfte och frågeställningar

Vår uppsats syftar till att undersöka klimat- och miljörapportering ur ett redaktionellt perspektiv. Hur arbetet med klimat- och miljöjournalistik organiseras, hur prioriteringen för ämnet ser ut samt vad redaktionerna har för ambitioner framåt.

Istället för att undersöka hur resultatet av det miljöjournalistiska arbetet ser ut eller hur mycket utrymme det faktiskt får, har vi valt att fokusera på själva arbetsprocessen på redaktionen som gör att det ser ut som det gör.

Vi har formulerat fyra frågeställningar som vi, genom vår kvalitativa intervjustudie, ämnar svara på:

- Hur förhåller sig olika redaktioner till miljöfrågor i nyhetsvärderingen och rapporteringen?
- Hur stort utrymme, enligt redaktionerna, får miljönyheter till skillnad mot andra nyheter och hur motiveras det?
- Vilka skillnader finns mellan de olika redaktionernas miljöjournalistiska arbete?
- Hur ser redaktionerna på framtiden avseende arbetet med miljöjournalistiken?



### 3. Tidigare forskning

I majoriteten av tidigare forskning kring miljöjournalistik som vi tittat på har man använt kvantitativa undersökningsmetoder. Flera studier vidrör vårt forskningsområde men angriper ämnet från en annan vinkel, exempelvis genom innehållsanalyser där man undersöker det journalistiska innehållet eller genom att kartlägga miljöjournalistikens frekvens och förekomst. Enligt Djerf-Pierre och Olausson (2019:227-240) är den mest omfattande forskningen om miljöjournalistik inriktad på att undersöka det journalistiska materialets egenskaper samt vilka aktörer som får komma till tals. Karlsson och Strömbäck (2019:171-183) menar att det finns relativt få studier på nyhetsvärderingar och nyhetsurval.

Forskningen vi redogör för är inte alltid direkt anknuten till det vi ska undersöka, men den är relevant för att få en bredare förståelse för ämnet, våra intervjusvar samt vad som tidigare undersökts. Vi har också använt oss av tidigare forskning som underlag för vår frågeguide.

#### 3.1 Uppmärksamhetscykler

Det skiftande medieintresset för miljöjournalistik definieras ofta som uppmärksamhetscykler (Anthony Downs, 1972). Downs menar att media flyttar fokus från ett problem till ett annat så fort de inser att ämnet hotar eller tråkar ut människor. Vidare menar han att detta är extra påtagligt exempelvis i USA där de flesta medier är vinstdrivande och pengar bäst tjänas genom att tillfredsställa publiken.

Monica Djerf-Pierre (2013) undersöker frekvensen av miljöfrågor i tv-nyheter inom public service mellan åren 1961 och 2010. Hon fokuserar på SVT:s program Aktuellt och Rapport och redovisar både hur miljörapporteringen gått i vågor enligt uppmärksamhetscyklerna, men också hur den rent allmänt har ökat över tid. Mönster i uppmärksamhetscyklerna så som uppgångar i nyhetsrapporteringen brukar exempelvis synas när FN:s klimatpanel IPCC publicerat en ny rapport (Djerf-Pierre & Olausson, 2019:227-240).

MeCCO är ett samarbetsorgan av flera universitet och forskare som övervakar nyhetsmedier från 127 källor i 59 länder. De samlar ihop data om klimatrapportering och summerar resultat årligen. 2020 års artikel visar på en global ökning av klimatrapporteringen sedan 2014. Man kan också tyda hur rapporteringen gått i vågor i linje med uppmärksamhetscyklerna. Artikeln visar på en kraftig nedgång 2020 då coronapandemin haft stor påverkan på rapporteringen. Jämfört med 2019 fick den globala rapporteringen en rejäl dipp 2020. Det var i mars 2020 som den uppåtgående trenden vände, miljörapporteringen sjönk då med 36 procent på en månad. Från maj och framåt skedde dock en succesiv ökning även om nivåerna inte hann återhämta sig till samma som föregående år (Goodman, M., m.fl. 2021).

#### 3.2 Nyhetsvärdering och slutligt urval

Nord och Strömbäck (2005) menar att det sällan går att säga exakt vad som ligger till grund för nyhetsvärdering utan att man snarare arbetar med det utifrån en journalistisk bedömning från fall till fall.

Christoffer Bremefors (2007) har genom en kvantitativ innehållsanalys räknat inslag och mätt frekvensen av miljönyheter i alla huvudsändningar av Rapport under 2006. Han konstaterar

att miljönyheter, precis som övriga ämnesområden inom journalistiken, mer och mer väljs ut utifrån styrfält som omfattar vad publiken är intresserad av snarare än vad de bör få veta. Enligt Bremefors har detta lett till en privatisering av miljöfrågorna.

Journalistik handlar i hög utsträckning om att välja ut och välja bort (Strömbäck 2019:171-180). För att redovisa någon form av modell eller metod för hur nyhetsvärderingen tas i anspråk, har forskare formulerat punktlister med faktorer som visat sig vara av stor vikt vid nyhetsvärdering. Enligt Strömbäck (2019) har detta ofta gjorts med Galtung och Ruges studie (1965) om nyhetsvärdering som grund. Ett exempel är Harcup och O'Neill (2001) som ämnar testa Galtungs och Ruges Teori i brittisk press. De föreslår en uppdaterad uppsättning av nyhetsvärden som verkar kunna identifieras i samtida nyhetsartiklar. En uppdatering på denna lista finns av samma författare 2017. Strömbäck (2019) identifierar faktorer som återkommande förekommer i diverse listor och kommer fram till sex övergripande kännetecken. Närhet, elitcentrering och kändisskap, institutionella agendorna, avvikelser och sensation, dåliga nyheter samt kontinuitet.

Vad nyhetsurvalet slutligen blir beror dock inte enbart på nyhetsvärderingens möjliga kriterier, menar både Strömbäck (2019) och Harcup och O'Neill (2017). Enligt Harcup och O'Neill finns flera saker som kan vara av lika stor vikt som nyhetsvärdet, exempelvis vem som väljer ut nyheten, i vilket medium, för vem nyheten väljs ut samt vilka resurser som finns tillgängliga. Strömbäck (2019) sammanfattar nyhetsfaktorer som förutom nyhetsvärden också innefattar mediernas format, resurser och ekonomiska möjligheter, berättartekniker med mera. Flera av dessa faktorer ingår under termen medielogik (se mer i kap 4.1).

### **3.3 Nyhetsrapportering i kriser**

Mycket av den krisjournalistik som gjorts tidigare har handlat om snabbare journalistik. Exempel på detta finns i Odén, Djerf-Pierre, Ghersetti och Johanssons (2016) forskningsprojekt för MSB om kriskommunikation. Kriserna som tas upp under undersökningsperioden är bränder, en storm och händelser som skapat upplopp och oroligheter i samhället.

I projektet undersöker Odén m.fl., (2016) bland annat mediernas rapportering under dessa händelser. I en enkät som skickades ut till journalistpanelen 2012 och 2014 undersöktes journalisternas syn på mediernas uppgifter i olika skeden i samband med kriser. De redaktionella arbetsuppgifterna kan delas in i tre dimensioner för att enklare kunna se vilka journalisterna anser vara viktigast i en kris och hur de värderas. Trygghetsdimensionen fokuserar på att journalistiken ska upprätthålla lugn och stabilitet under krisen. Den andra dimensionen handlar om granskning och fokuserar på journalisternas uppgift att förklara orsaker, peka ut ansvariga och belysa hur människor drabbas/drabbats. I den tredje, aktualitetsdimensionen, ligger fokus på att nyheterna ska vara snabba och aktuella, om nödvändigt på etisk bekostnad.

Resultatet visade bland annat att trygghets- och aktualitetsdimensionerna är mer framträdande i det akuta krisskedet, där prioriteringen är att snabbt publicera vad som skett och på så sätt bistå myndigheterna i deras uppgift. Granskning och ansvarsutkrävande ges större utrymme i det uppföljande skedet. Journalistkåren var i stort sett enig kring vikten av

mediernas ansvar för granskning och aktualitet. En större splittring syntes i frågan om trygghetsansvar, där majoriteten hade delade meningar eller ingen åsikt alls kring att skapa sammanhållning, motverka panik och upprätthålla ett lugn. På frågan om medierna bör hålla samman nationen och trösta allmänheten är det fler som klart tar avstånd än instämmer helt.

Enligt Odén m.fl. (2016) skiljer sig krisrapportering mycket från vardagsjournalistik, åtminstone under den akuta fasen. En majoritet av journalistkåren upplever att krisjournalistik höjer den redaktionella pulsen och är mer spännande att bevaka. En lika stor majoritet anger dock att den också innebär prövningar, en stor arbetsbelastning som är psykiskt påfrestande och svårhanterliga situationer. Odén m.fl. (2016) menar dock att själva nyhetsprocessen i grunden densamma i krissituationer, men att det ställs högre krav på effektivitet, flexibelt ledarskap och redaktionell kreativitet.

En annan variant på krisjournalistik, som vi tydligt kunnat se under de senaste två åren har varit mediebevakningen av coronapandemin. En kris som inom journalistiken har haft många element av det snabba arbetet, men som samtidigt varit och fortfarande är en långsam process. Bengt Johansson och Lars Truedsson (2021) har flera tolkningar för hur journalistiken sett ut under pandemin och varför. En tolkning, menar Johansson och Truedsson, är att krisjournalistikens och medielogikens faser ofta får samma utfall oavsett kris. Redaktionernas första fas i rapporteringen är förmedling av information, för att sedan efter utfallet av krishanteringen, komma till granskningen. Men eftersom krisen med corona är så utdragen dröjde det innan granskningen kom igång.

### **3.4 Behov av forskning och experter**

På grund av miljöfrågornas stora komplexitet och det breda spektrat pespektiv inom ämnet ställs stora krav på journalisternas kompetens (Djerf-Pierre och Olausson, 2019:227-240) Lidskog och Olausson (2013) menar vidare att nyhetsmedierna är en viktig förmedlare av vetenskaplig forskning. Därför är man inom miljöjournalistiken beroende av experter och forskare. Lidskog och Olausson (2013) har undersökt nyhetsmediers roll i definieringen och rapporteringen av en specifik miljöfråga. Efter en diskursanalys av rapporteringen av två insektsutbrott i Sverige, kommer Lidskog och Olausson fram till att nyhetsmedierna i sitt miljöjournalistiska arbete påverkas starkt av medielogik och andra journalistiska rutiner på redaktionen, men de färgas också av svårigheterna att hantera osäker vetenskaplig forskning.

### **3.5 Miljö- och klimatnyheter ökar**

Enligt Djerf-Pierre (2013) har miljörapporteringen gått i vågor men också gradvis ökat mellan 1961 och 2010. Djerf-Pierre undersökte de svenska nyhetsprogrammen Aktuellt och Rapport mellan åren 1961 och 2010 och redovisar att miljöproblem började uppmärksammas i nyhetsbevakningen under sent 50-tal och tidigt 60-tal, men att det vid denna tid ännu inte fanns någon redaktionell organisation eller specialjournalister som kunde hantera frågorna.

Även när vi tittar närmare på 2000-talet och begränsar oss till området klimatrapportering har frekvensen klimatnyheter ökat (Retriever, 2021). I rapporterna Varmare klimat – iskall nyhet genomsköjer Retriever varje år ett stort mediearkiv och presenterar hur klimatrapporteringen sett ut under det gångna året. I den senaste rapporten redogörs att klimatet var det näst största

ämnet i nyhetsrapporteringen i svensk media under 2020, det är bara coronarapporteringen som kommer före, som slår alla tidigare rekord. År 2019 var klimatet det största ämnet. I rapporten redovisas även vilka medier som skrivit mest om klimatet under det gångna året. Här kommer Svenska Dagbladet på första plats, Dagens Nyheter på tredje plats, Aftonbladet på sjätte och Expressen på trettande plats.

Enligt Djerf-Pierre & Olausson (2019) är klimatet det mest uppmärksammade ämnet inom området för miljöjournalistik. En förklaring till detta är att klimatfrågan politiserats och således blivit mer intressant för medierna att rapportera om. De menar också att nyhetsvärdet i svenska medier i majoriteten av fallen inte kan kopplas till nyhetsvärdet konflikt (se mer om detta i kapitel 4.2). Anledningen är att det inom samhället råder liknande meningar mellan aktörerna om att klimatutsläppen bör reduceras. Därför måste man hitta något annat att ”hänga upp” nyheten på för att en publicering ska vara relevant ur ett nyhetsvärdesperspektiv.

I linje med Djerf-Pierre och Retrievers slutsatser menar även Schmidt m.fl. (2013) att klimatrapporteringen har ökat på flera håll i världen mellan 1996 och 2010. De menar att uppmärksamheten för klimatet i media ökat överlag sedan 2005, men i en jämförelse mellan Sverige och USA har den ökat mer i USA. Länderna har dock liknande mönster av upp- och nedgångar i uppmärksamhet.

### **3.6 Yttre påverkan**

Djerf-Pierre och Olausson (2019:227-240) drar slutsatsen att miljöjournalistiken ofta är elitdriven och att källor med stora resurser inom exempelvis politik och näringsliv sätter stor prägel på nyhetsbevakningen, vidare menar de att miljörörelsen och miljöaktivister är viktiga aktörer i miljöjournalistiken. Något annat som naturligtvis påverkat hela miljödebatten de senaste åren är sociala medier, som enligt Paul Matthews (2015) utgjort nya arenor både för miljöaktivism och klimatskepticism.

---

<sup>1</sup> Totalt genomgången material är 6,4 miljoner artiklar och inlägg i tryckt media, webb samt etermedia från Retrievers Mediearkiv under tidsperioden 1 januari– 31 december 2020. Antalet källor är 1387 stycken. <sup>1</sup>

## 4. Teoretiskt ramverk

I vår forskning använder vi oss av två teorier som grund. Dessa teorier formar ett ramverk för precision av frågeställningar, formulering av frågeguide samt analys. Vårt teoretiska ramverk innefattar medielogik och nyhetsvärdering.

### 4.1 Medielogik

Teorin om medielogik är relevant för förståelsen av vad som blir nyheter (Strömbäck 2019;255-267). Enligt Altheide och Snow (1979) styrs ett mediums innehåll av vad som passar dess format, organisation och yrkesmässiga normer. Innehållet beror också på vilket behov av uppmärksamhet som finns hos mediet.

En viktig del inom medielogiken är att hantera det överskott av information och underskott av uppmärksamhet som råder skriver Strömbäck (2019;255-267). För att kunna göra detta på ett effektivt sätt har medier utvecklat olika berättartekniker. Hit hör tillspetsning, förenkling, polarisering, personifiering, konkretion, intensifiering och stereotypisering (Asp, 1986; Hernes, 1978; Strömbäck 2019). Alla dessa kan användas för att anpassa en nyhet till avsändarens format.

Mediologiken sätter ramarna för vilka händelser som omsätts i journalistiken (Hadenius & Weibull, 2000). Nyheterna är därför ofta konstruerade och utformade för att passa in i mediernas arbets sätt och organisation (Altheide & Snow, 1979). Hur nyheterna sedan presenteras påverkas också av hur medierna vill profilera sig. Enligt Hadenius, Weibull och Wadbring (2011) är medielogik ett nyckelord för att förstå hur journalistkåren arbetar med nyhetsprocessen. De beskriver den enligt fyra huvudkomponenter:

- Mediedramaturgin - en samling beslutsregler och överväganden som existerar för att fånga, och för att hålla kvar – publikens uppmärksamhet.
- Medieformatet - hur väl en nyhet passar i de arbetsformer som gäller för mediet, till exempel morgonpress eller tv.
- Mediernas arbetsrutiner - hur väl nyheter passar in i de rutiner som gäller för medier.
- Mediernas arbetsmetoder - själva arbetslogiken inom medierna.

Karlsson och Strömbäck (2019:171-183) sammanfattar faktorer som ökar sannolikheten för att något ska bli en nyhet i tio punkter. Några av dessa punkter kan sammankopplas till medielogik och kan användas för att få en konkret förståelse för vad teorin kan innebära i praktiken. Chansen för att nyhetsmedier ska rapportera om en nyhet är exempelvis större ju mer nyheten passar mediets format och ju enklare den är att rapportera om. Den är också större om nyheten är billig att bevaka och inte kräver stora resurser i form av personal och arbetstid. Sannolikheten ökar även om nyheten passar de frågor som redan befinner sig på dagordningen. Dessutom ökar den om nyheten ställer mindre krav på publikens förkunskaper samtidigt som den förväntas fånga intresse.

## 4.2 Nyhetsvärdering

För att få en förståelse för varför vissa händelser och sakfrågor rapporteras om i medierna och andra inte, utgår vår studie från teorier om nyhetsvärdering.

Händelser sker överallt hela tiden, därför är det omöjligt att som nyhetsredaktion rapportera om allt (Johansson, 2019). Därför ingår det i de redaktionella arbetsprocesserna att värdera möjliga nyheter för att kunna avgöra vilka som slutligen väljs ut (Strömbäck, 2019:171-183).

Samtidigt kan journalister och redaktioner ha svårt att förklara vad som gör att en händelse har ett nyhetsvärde. Händelser väljs snarare ut genom en "professionell känsla" än genom tydliga riktlinjer.

Ur ett forskningsperspektiv är det både relevant och intressant att få en djupare förståelse för vilka faktorer som ligger till grund för att en händelse ska betraktas ha ett nyhetsvärde eller inte. På grund av detta har det genomförts ett flertal studier med syfte att öka kunskapen kring nyhetsvärdering och titta på vilka faktiska kriterier som har betydelse (Strömbäck, 2019: 171-183).

Undersökningar har i många fall kommit fram till liknande slutsatser och resultat. Men för att få en överblick över vilka faktorer som kan beskriva en händelses nyhetsvärde, har Nord & Strömbäck (2005) sammanfattat vad forskningen kommit fram till:

- Nytt - Nyhetsvärdet avtar med tiden. Ju färskare/nyare desto bättre.
- Närhet - Om läsaren kan relatera till en händelse för att den är geografiskt, kulturellt eller tidsmässigt nära, är den mer relevant.
- Konsekvens - Berör händelsen läsaren?
- Känslor - Väcker händelsen känslor hos läsaren?
- Betydelse - Finns det en betydelse för läsaren att få reda på detta?
- Ovanlighet - Ju mer ovanlig och överraskande en händelse är desto större nyhetsvärde.
- Konflikt - Innehåller händelsen en konflikt? Det kan vara såväl moralkonflikter som krig och debatter. Det vill säga två parter med meningsskiljaktigheter.
- Visuell kvalitet - Hur bra kan händelsen gestaltas rent bildmässigt? Kan en bild på händelsen tala för sig själv?
- Underhållning - Får händelsen läsaren att skratta eller känna sig tillfreds?
- Utgångsläge - Finns det redan tidigare ett intresse kring ämnet?

Hur många kriterier en händelse uppfyller har betydelse för valet av vad som sedan ska publiceras. En händelse som uppfyller många av ovanstående faktorer har högre relevans och blir mer troligt en nyhet med stora rubriker. Är det en händelse som bara uppfyller en eller ett par kriterier krävs att den uppfyller vissa av dem i en högre grad (Strömbäck, 2019: 171-183).

En viktig faktor för hur en nyhet värderas, utöver ovan nämnda punkter, är vilket medium som ska rapportera om nyheten. Exempelvis är det mer troligt att nyheter av sensationell karaktär publiceras i en kvällstidning än i en dagstidning där man kanske snarare värderar

utifrån hur många nyheten påverkar. Det kan också skilja sig mellan public service och kommersiella nyhetsredaktioner. Kommersiella medier rapporterar om det som är kommersiellt gångbart, det vill säga det som publiken efterfrågar. Public service, å andra sidan, har ett större samhällsansvar att ge publiken det som den bör få veta (Håkansson, 2019:351-362)

Håkan Hvitfelt (1985) redogör också för att händelser som rapporterats om förut, eller har en koppling till något annat med högt nyhetsvärde, mer sannolikt publiceras än om det är en helt ny förteelse.

Under vissa dagar kan det finnas gott om nyheter som har ett högt nyhetsvärde och under andra dagar kan det vara så kallad "nyhetstorka". Ändå har medierna ett förutbestämt utrymme för nyhetsrapportering och måste därför vid dagar med många relevanta nyheter på agendan sälla och välja de som har högst nyhetsvärde. Därför kan nyheter under vissa dagar falla bort, medan det under andra dagar blir tvärt om, att nyheter som annars inte skulle publiceras ändå får utrymme i brist på annat (Johansson, 2008).

### **4.3 Teoriernas relevans**

Teorin om medielogik är aktuell för vårt forskningsområde för att kunna undersöka hur miljörapporteringen styrs av det redaktionella arbetet. Vi har därför valt att utgå ifrån Altheide och Snows (1979) definiering av medielogik och kommer att använda oss av teorin vid utformningen av våra intervjufrågor.

Teorin om nyhetsvärdering är till hjälp när vi ska förstå hur redaktionerna förhåller sig till miljönyheter och hur stort utrymme dessa får. De konkreta kriterierna gör förhoppningsvis också att vi kan följa med i intervjupersonernas resonemang och se om dessa stödjer tidigare forskning och utvalda teorier eller om de inte gör det. Och därifrån få ett resultat.

För att kunna svara på frågeställningarna och få insikt i det redaktionella arbetet anser vi att man behöver en grundläggande förståelse för dessa teorier. De kan appliceras på våra två första frågeställningar:

Hur förhåller sig olika redaktioner till miljöfrågor i nyhetsvärderingen och rapporteringen?

Hur stort utrymme får miljönyheter till skillnad mot andra nyheter, enligt redaktionerna och hur motiveras det?

### **4.4 Teoriernas samspel**

Sammanfattningsvis är medielogik och nyhetsvärdering två teorier som avgör vad som får utrymme i media. Ur flera perspektiv kan man se att de båda teorierna vävs in i varandra och att de kan diskutera liknande saker. Hadenius och Weibull (2000) menar att nyhetsvärdering handlar om olika komplicerade system med många verksamma aktörer. Systemen skiljer sig åt mellan olika typer av medier. Nyhetsvärderingen anpassas ofta efter organisationen och dess inriktning. På det sättet är den nära sammankopplad med medielogiken, och de båda är viktiga fenomen att undersöka när det gäller det redaktionella arbetet. Ett mediums format och profilering både påverkar nyhetsvärderingen – och avgör hur innehållet ska anpassas enligt medielogiken.

## 5. Metod och material

### 5.1 Genomförande

Genom en kvalitativ intervjustudie ämnar vi undersöka redaktionernas förhållningssätt till miljöjournalistik samt identifiera likheter och skillnader redaktionerna emellan. För att besvara uppsatsens frågeställningar ska vi genomföra kvalitativa intervjuer med sju redaktioner. Anledningen till att vi valt denna metod är för att vi vill få en djupare förståelse för hur förhållningssättet till miljöjournalistik ser ut på olika redaktioner och varför. Vi kommer utgå från det redaktionella arbetet och således genomföra kvalitativa intervjuer med personer i chefspositioner på några av Sveriges största nyhetsredaktioner.

Eftersom en stor del av den redan existerande forskningen inom ämnet är utförd enligt kvantitativa metoder, anser vi att en kvalitativ intervjumetod uppfyller ett kumulativt syfte i sammanhanget. Genom vår kvalitativa intervjuundersökning hoppas vi kunna tillföra resonemang och möjliga förklaringar från redaktionerna, kring varför miljöjournalistiken ser ut som den gör.

I relation till tidigare forskning kommer vår undersökning förhoppningsvis bli ett tillskott, och kanske också något att undersöka vidare. Vi kommer därför i vår analysdel främst utgå från svaren i våra intervjuer, men också ta med i beaktningen tidigare forskning som främst genomförts på ett kvantitativt sätt.

Vi har valt att dela upp metoden i ett antal faser för att skapa en bättre överblick. Faserna är uppdelade i underrubriker lämpade för kvalitativa intervjuer, med inspiration från kapitel 14 i Metodpraktikan (2017). Uppdelningen sker enligt följande: urval, frågeguide, intervjusituationen, transkribering och analysarbetet.

#### 5.1.1 Urval

Newman m.fl. (2020) listar de mest använda nyhetsplattformarna i Sverige i print och online. Inom topp nio i båda listorna finns SVT, TV4, SR, Expressen, Aftonbladet DN och SVD. I printlistan finns även lokaltidning och BBC News med, och i onlinelistan lokaltidning och Nyheter24. Denna forskning ligger till grund för valet av nyhetsmedier i vår undersökning.

Till vår kvalitativa intervjustudie har vi valt ut sju av dessa redaktioner för att kunna få en så bred bild som möjligt från de redaktioner som når ut till flest människor. Vi har också valt en mix av både tidningar, radio och TV-redaktioner. Redaktionerna och nyhetsprogrammen är:

SVT Rapport och Aktuellt

TV4-nyheterna

Sveriges Radio EKOT

Dagens Nyheter

Svenska Dagbladet

Expressen

Aftonbladet



Eftersom kvalitativa intervjuer sker i mindre skala än kvantitativa intervjuer är det viktigt att den strategiska urvalsprocessen är genomtänkt avseende valet av intervjupersoner (Esaiasson, Gilljam, Oscarsson, Towns och Wängnerud 2017).

På varje redaktion har vi börjat med att kontakta ansvarig utgivare på respektive redaktion för att föra en dialog kring vem på redaktionen som skulle lämpa sig bäst rätt att svara på våra frågor. Vi har sökt främst nyhetschefer eller redaktionschefer. Alltså någon som har bra inblick i hela redaktionens dagliga arbetsprocess från insamling av material till värdering och urval samt till sist publicering.

På varje redaktion intervjuar vi en ansvarig. I vissa fall när redaktionerna efterfrågat detta kommer intervjun att ske med två ansvariga personer lämpade för intervjun. Totalt kommer vi intervjuar ett tiotal personer på totalt sju redaktioner. Enligt Kvale och Brinkmann (2014) brukar antalet intervjuer i en vanlig kvalitativ intervjustudie ligga på ungefär 15 +/- 10 intervjuer. Kvale och Brinkmann (2014) menar att antalet intervjupersoner i kvalitativa undersökningar tenderar att bli antingen för litet eller för stort och att ett vanligt missförstånd är att fler intervjuer skulle innebära en högre vetenskaplig relevans. Därför har vi placerat oss någonstans i mitten av skalan. Vi anser att det valda antalet är rimligt för att ha en bred representation från några av Sveriges största redaktioner. Vi anser också att det är tillräckligt många för att ge oss möjlighet att jämföra redaktionerna sinsemellan, samtidigt som det ändå är så pass få att vi har tid att gå på djupet och göra ingående tolkningar med varje redaktion enligt den kvalitativa grundtanken.

### **5.1.2 Frågeguide**

Vi kommer att utföra en semistrukturerad intervju med öppna frågor. Fördelen med en semistrukturerad intervju är att vi själva har en tydlig ram att utgå ifrån med en formulerad frågeguide, men samtidigt, enligt den kvalitativa intervjun, ges utrymme åt intervjupersonerna att fritt sätta ord på sina uppfattningar och tankar och svara på frågorna på sitt eget sätt. Enligt Brymans (2018) rekommendationer kring en semistrukturerad intervju har vi utformat en intervjuguide med frågor och teman som ram att utgå från. Att göra på detta sätt resulterar i en mer nyanserad bild av situationen och kommer närmare verkligheten än om man utgår från slutna frågeställningar där intervjuaren själv lägger orden i munnen på intervjupersonen (Ekström & Larsson, 2019: 101-130).

Just eftersom personerna som medverkar i studien ska få chansen att formulera sig så fritt som möjligt och inte styras av oss som intervjuare kan det under intervjuens gång uppkomma information som vi inte varit förberedda eller medvetna om (Ekström & Larsson, 2019:101-130). Därför kan ordningsföljden komma att ändras under intervjuens gång, samt nya följdfrågor kan dyka upp. Vår frågeguide är utformad för att ge bästa möjliga förutsättningar att besvara studiens frågeställningar, men utrymme finns alltså för utveckling.

Även om vi i första hand kommer skapa ett frågeformulär med övergripande öppna frågor, så kan dessa kompletteras med polära frågor, det vill säga frågor med ja- och nej-svar. Dessa kan användas vid följdfrågor eller tillfällen där vi vill precisera frågan ytterligare, kanske med hänvisning till ett fenomen vi har läst om tidigare. Exempelvis att forskningen visar att miljönyheter kan vara svårare att rapportera om än andra nyheter.

Med anledning av att ny information kan uppkomma som kan ge nya perspektiv och infallsvinklar, kommer vi under arbetets gång vara flexibla till att förändra och omformulera våra befintliga frågeställningar vid behov. Så länge de är inom ramen för vårt syfte. (Mats Ekström & Larsson, 2019:101).

Vid utformningen av frågeguiden har vi utgått från beskrivna metoder i boken *Metodpraktikan* (2017). Vi kommer att inleda med uppvärmningsfrågor som berör enklare uppgifter om personen i fråga och dennes roll på redaktionen. Dessa finns under temarubriken ”Grundläggande information”.

Vi fortsätter sedan med tematiska frågor, som är formulerade för att ge svar på våra frågeställningar. Vissa kommer att följas upp av följdfrågor för att precisera svaret eller för att använda om intervjupersonen svävar iväg utanför den ursprungliga frågan. De tematiska frågorna är indelade i tre temarubriker: *Nyhetsvärdering och urval*, *Rapportering* och *Redaktionellt*.

Vid behov kan vi även komma att använda *tolkande frågor*, för att säkerställa att vi tolkat intervjupersonens svar rätt.

Frågeguiden finns bifogad som bilaga i kapitel 10.

### **5.1.3 Intervjusituation**

Esaiasson m.fl. (2017, kap 14) går igenom “intervjuareffekter”, vilket är komponenter som kan ligga till grund för att svaren från intervjupersonerna kan skilja sig åt beroende på vem som intervjuar. Vi som ska genomföra intervjuerna är två tjejer i 20-årsåldern som inte har mer erfarenhet av branschen mer än det dryga året vi har läst på journalistprogrammet. Men så länge vi är väl pålästa kring ämnet och förhåller oss seriösa till det vi ska studera anser vi inte att detta ska leda till några negativa intervju effekter med någon avgörande påverkan. Men vi kommer ha fenomenet i åtanke om utmaningar uppstår under intervjuerna som kan härledas till oss som intervjupersoner.

Vad gäller plats för intervjuerna har vi kommit fram till att, i de fall det är möjligt, genomföra intervjuerna via den digitala tjänsten Zoom. Vi är medvetna om att det finns nackdelar med detta, som att vi i mindre utsträckning kommer kunna läsa av kroppsspråk hos intervjupersonen och diverse tekniska problem som kan uppstå. Å andra sidan anser vi att fördelarna är desto fler. Att genomföra intervjun digitalt gör att vi i större utsträckning kan få tag på och boka in en intervju med de personer som är bäst lämpade, både för att tiden blir mer flexibel men också för att distansen inte spelar roll eftersom man kan koppla upp sig och träffas oavsett var man befinner sig. Dessutom sitter man på en plats som man själv valt och känner sig trygg med vilket kan skapa en mer avslappnad stämning och således ge mer givande svar.

Vi kommer vid intervjuerna använda en inspelningsapp i både dator och telefon för att spela in samtalen samtidigt som vi kompletterar med anteckningar för att inte glömma av detaljer och tankar som dyker upp. Det är främst det inspelade materialet som ligger till grund för vårt empiriska material. Vi har valt denna metod för att kunna fokusera på att lyssna på svaren vi får för att sedan kunna ställa relevanta följdfrågor. Dessutom skapar man genom

ögonkontakt en bättre integration och intervjupersonen känner sig förhoppningsvis bekväm i situationen och villig att berätta och dela med sig.

Vi har valt att båda närvara vid samtliga intervjuer även om en utav oss kommer att ha intervjuansvar. Vi har diskuterat eventuella problem med att vara två intervjuare mot (i de flesta fall) en intervjuperson. Exempelvis risken att en intervjuperson kan känna ett underläge mot två intervjuare i en intervju som egentligen inte är ansvarsutkrävande. Vi har dock kommit fram till att det är av betydelse att båda är med vid intervjuerna för att båda kunna vara insatta i alla svaren och för att inte riskera att missa något. Också eftersom det är semistrukturerade intervjuer, som i sig är justerbara, är det viktigt att båda ska ha möjlighet att ställa relevanta följdfrågor. Dessutom får vi möjlighet att diskutera eventuella funderingar eller frågor med varandra i efterhand och vi minimerar risken för tolkningsfel vilket vi tror kan öka reliabiliteten i vår kvalitativa undersökning. För att genomföra detta på ett sätt som känns bra för alla inblandade kommer en utav oss vara intervjuansvarig medan den andra främst lyssnar, med möjlighet att flika in om behov uppstår.

Även transkriberingen kommer vi att dela upp mellan oss, men korrekturläsa varandras för att säkerställa validiteten. Genom att noggrant transkribera materialet minimerar vi såväl tolkningsfel som slarvfel. Med vidare tanke på validiteten kommer vi även vid intervjuerna sträva efter att förhålla oss så neutrala som möjligt och inte ställa ledande frågor. Utifrån detta anser vi att vi på ett noggrant och strukturerat sätt har kontrollerat studiens validitet.

#### **5.1.4 Transkribering**

Ett första steg för att kunna utföra analysarbetet är att noggrant transkribera intervjuerna. Enligt Mats Ekström och Larsåke Larsson (2019:101-130) finns flera olika sätt att transkribera, och vilken detaljnivå som är lämplig beror på vad som ska undersökas och analyseras. Vid en samtalsanalys kan det exempelvis vara relevant att markera prosodin (betoningar, tonhöjd, tempo, volym) och noggrant ta med småord, tvekljud och andningar. Utifrån syftet med vår intervjustudie bedömde vi dock att detta inte var nödvändigt. Vi har därför utfört noggranna transkriptioner ord för ord utan att notera ljud (eller icke-ljud) som sker runt själva samtalet.

#### **5.1.5 Analysarbete**

Vi ska genomföra respondentintervjuer vilket innebär att personerna vi intervjuar själva är en del av vårt forskningsgrundande fenomen. Vid studier där man använt sig av respondentintervjuer krävs att man har god tid för analysarbetet och en tydlig struktur över materialet (Esaiasson m.fl. 2017).

Eftersom samtalen naturligt hoppar fram och tillbaka mellan olika ämnen, trots en tydligt strukturerad frågeguide, krävs en organisering av det transkriberade materialet. Därför har vi valt att arbeta utifrån riktlinjer för systematiserade undersökningar, beskrivna av Esaiasson m.fl. (2017). Vid systematiska undersökningar ämnar man bringa klarhet i texten, lyfta fram och begripliggöra viktiga delar i innehållet. Detta görs ofta genom att:

- Placera och kategorisera innehållet i textmaterialet.  
I detta fall kommer vi att kunna utgå från våra redan valda teman i frågeguiden, men

troligtvis kommer vi att behöva addera fler underkategorier utifrån svar vi får i intervjuerna.

- Formulera preciserade frågor till textmaterialet, i syfte att svara på undersökningens frågeställningar. Vi anser dock att våra frågeställningar i uppsatsen är så pass konkreta att vi direkt kan använda oss av dessa istället för att formulera nya.

Kategorierna vi sorterar in materialet i kan variera lite från intervju till intervju beroende på var respektive samtal har lett. I stort handlar kategorierna om:

- Person
- Det redaktionella arbetet
- Prioritet
- Utrymme
- Utveckling
- Framtid

Det kategoriserade materialet kommer sedan att utgöra grunden för vårt resultat i undersökningen. Vi kommer i resultat- och analyskapitlet gå igenom svaren vi fått i en flytande text uppdelad i teman och exemplifiera med citat från intervjupersonerna. Vi kommer även att ställa jämförbara svar mot varandra och presentera skillnader mellan de olika redaktionerna. De svar som inte platsar i någon av ovanstående kategorier är utanför vårt forskningsområde. Dessa kan tas tillvara i slutdiskussionen om intressanta infallsvinklar uppkommit som kan föreslås för framtida forskning.

De två första frågeställningarna kommer analyseras utifrån tillvägagångsättet som vi beskrivit ovan. Den tredje problemformuleringen gällande skillnader på de olika redaktionerna kommer vi att svara på i slutsatsen utifrån resultatet i de två första frågorna.

## **5.2 Forskningsetiska principer**

I Forskningsetiska principer (Vetenskapsrådet, 2002) presenteras fyra olika etiska krav som man inom samhällsvetenskaplig forskning bör förhålla sig till. Nedan redogör vi för dessa krav samt hur vi förhåller oss till dem i arbetet med våra forskningsintervjuer.

### **5.2.1 Informationskravet**

Kravet innebär att studiens syfte ska framgå. Detta uppfyller vi genom att inför intervjuerna skicka ett informationsbrev (se bilaga 1) till intervjupersonen där vi går igenom undersökningens syfte och vad det empiriska materialet kommer användas till.

### **5.2.2 Samtyckeskravet**

Kravet handlar om att det ska vara frivilligt att delta. Detta uppfyller vi genom att via mejl, i förväg när vi bokar intervjuerna, fråga personerna om de vill vara med. Här har de tillfrågade möjlighet att avstå. Innan intervjun startar ser vi till att personen läst vårt informationsbrev och om de accepterar det som står ingår vi ett muntligt samtycke. I informationsbrevet framkommer att personen under intervjun har rätt att avbryta sin medverkan.

### **5.2.3 Konfidentialitetskravet**

Kravet understryker att de medverkandes identitet inte ska kunna röjas. Vi kommer dock inte anonymisera de medverkande då det ur ett forsknings- och trovärdighetsperspektiv är av vikt att redogöra för intervjupersonernas yrkesroll. Eftersom det handlar om enstaka personer som sitter på chefspositioner på nyhetsredaktionerna blir det svårt att anonymisera personerna, då det tydligt framgår av positionen och arbetsplatsen vem personen är. Å andra sidan anser vi inte att någon av uppgifterna eller informationen som framkommer är etiskt känsliga. Att vi undviker anonymisering står tydligt specificerat i informationsbrevet.

### **5.2.4 Nyttjandekravet**

Vi kommer samla in vårt material genom att spela in intervjuerna samt komplettera med anteckningar. Det inspelade ljudet kommer sedan transkriberas. Detta material kommer endast användas i vårt specifika forskningsändamål. För att uppfylla nyttjandekravet kommer allt material raderas när studien färdigställts. Vi kommer också erbjuda intervjupersonerna att ta del av det transkriberade materialet för att kontrollera att det överensstämmer med vad de sagt. Enligt rekommendationer från Vetenskapsrådet (2002) kommer personerna som deltagit i intervjuerna enkelt kunna ta del av den färdiga uppsatsen eftersom den publiceras offentligt.

## **5.3 Kritisk metoddiskussion**

Vi är medvetna om att vi som forskare kan påverka trovärdigheten i undersökningen utifrån egna värderingar och åsikter. Vi identifierar oss exempelvis som klimat- och miljöengagerade själva och inser att detta kan tyckas problematiskt för exempelvis ämnesval och frågeformulering. Esaiasson, m.fl. (2017) menar dock att forskarens värderingar inte ska utgöra några problem om man efterföljer genomskinlighets- och forskaroberoendeidealen. Med dessa menas att forskningsresultat ska vara oberoende av den forskare som gör undersökningen. Forskaren bör tydligt definiera begrepp och metod, och tillåta insyn och kritiskt granskande av arbetsprocess och resultat. Detta har vi med i beaktningen under hela arbetet. Vi är också noggranna med att definiera begrepp även i frågeguiden för att säkerställa att intervjupersonerna har samma uppfattning av frågor och begrepp som vi.

Som tidigare nämnt anser vi också att vår forskning är kumulativ och ett tillskott till den redan existerande forskningen. Ur den synvinkeln kan man tänka sig att vårt intresse varit en fördel i sökandet efter utforskade områden inom miljöjournalistiken. Esaiasson m.fl. (2017) menar att det vore konstigt om forskarens egna värderingar inte var en viktig faktor för valet av forskningsämne. Sammanfattningsvis ser vi inte våra egna värderingar som något problem, så länge vi är transparenta i vårt arbete.

En annan svaghet vår metod kan tänkas ha är avsaknaden av perspektiv från reportrar och publik. På grund av utsatt tid för uppsatsen har vi gjort avvägningen att begränsa intervjupersonerna till personer i chefspositioner på redaktionerna. Vi har valt att begränsa antalet till sju för att inte bara skrapa på ytan, utan hinna utföra analys och kvalitativa intervjuer med bibehållet djup. Vi har valt personer i chefspositioner för att vi tror att dessa kan ha en större inblick i det redaktionella arbetet i sin helhet, vilket ökar chanserna att få svar på våra frågeställningar.

### 5.3.1 Validitet och reliabilitet

Tillförlitligheten i en studie ökar med god validitet och reliabilitet. I detta kapitel diskuteras detta utifrån termerna begrepps- och resultatvaliditet, reliabilitet samt generaliserbarhet.

För att kontrollera att studien håller en god validitet krävs att uppsatsens teoretiska och operationella delar stämmer överens och att förekomsten av systematiska fel<sup>2</sup> är låg. Detta benämns av Esaiasson m.fl., (2017:58) som *resultatvaliditet*. En hög *begreppsvaliditet* nås genom att undersöka det man säger att man ska undersöka. Vidare för en god reliabilitet krävs en låg förekomst av osystematiska fel<sup>3</sup> (Esaiasson m.fl., 2017:64).

Studien ämnar undersöka det redaktionella förhållningssättet till miljöjournalistik hos några av Sveriges största nyhetsmedier. Genom att stödja oss på tidigare forskning och journalistiska teorier i utformningen av frågeguiden hoppas vi kunna ställa relevanta frågor som ger studien en hög validitet. Utifrån intervjupersonernas chefspositioner får vi en överblick över hela det redaktionella arbetet och därmed en högre validitet för vårt syfte. Våra semistrukturerade intervjuer utgör det material vi sedan baserar vårt resultat på.

Vi har också valt att närvara båda två under varje intervju för att minimera risken för osystematiska fel. Detta gör även att vi kan säkerställa att vi tolkat intervjuvaren likvärdigt.

Sammanfattningsvis bedömer vi vår studie vara av god validitet och reliabilitet efter noggrant utförd metod och analys enligt plan.

En alternativ metod som vi diskuterat och som i vissa frågor skulle kunna ge högre validitet och reliabilitet, skulle vara att göra en deltagande observation genom att själva besöka och iaktta redaktionernas arbete under avsatt tid. Men utifrån våra frågeställningar, samt för att få en bild av vad redaktionerna själva anser sig göra, valde vi istället kvalitativa intervjuer med personer i ansvarspositioner.

Bryman (2018) menar att det är viktigt att urvalet är så representativt som möjligt för att kunna hävda att resultaten inte är unika för just den grupp man använt sig av i studien. Vi har i vår studie valt ut sju av Sveriges största nyhetsmedier, och fick efter ett bortfall intervjuer med sex stycken. Med detta underlag anser vi oss kunna generalisera kring hur några av Sveriges största medier i stora drag arbetar med miljöjournalistik. Vi kan dock inte säga att detta gäller för alla redaktioner eller för Svenska nyhetsmedier generellt. För att öka generaliserbarheten ytterligare hade man behövt undersöka fler redaktioner, men för vårt syfte är validiteten och reliabiliteten tillräcklig.

Slutligen, för att få ett än mer reliabelt resultat inom vårt syfte hade man även kunnat genomföra studien på samma sätt men med andra personer på redaktionen för att se om de svarat på samma sätt som sina kollegor. Men för att hålla oss inom tidsramen och ha tid för djupare intervjuer och en gedigen analys utfördes vald metod. Alternativa metoder vi beskrivit kan ses som förslag på vidare forskning.

---

<sup>2</sup> Förutsägbara och ofta konstanta fel som kan uppkomma i en mätning eller tolkning. I vårt fall skulle det exempelvis kunna bero på bristande metod eller felformulerad frågeguide.

<sup>3</sup> Oförutsägbara fel, exempelvis slarvfel och hörfel.

## 6. Resultat och analys

Innan vi presenterar resultatet vill vi än en gång förtydliga vår definiering. I vår undersökning har vi formulerat frågeställningarna utifrån begreppet *miljöjournalistik*. Med det menar vi **all journalistik som rör miljö och klimat**. Många av våra intervjupersoner talar dock enbart utifrån klimataspekten för att bäst beskriva arbetet på redaktionen. Hos en del redaktioner särskiljer man ämnena. När vi redogör för resultat och analys använder vi oss av båda begreppen, vi inkluderar *klimat* när vi använder begreppet *miljö*.

### 6.1 Presentation av intervjupersoner

Vi har intervjuat personer i chefspositioner på sex redaktioner. Från början var vår avsikt att intervju sju redaktioner men eftersom vi inte fick kontakt med någon på SvD som kunde ställa upp resulterade det slutliga urvalet i sex redaktioner. Även om det skulle vara önskvärt att få höra hur SvD ser på och arbetar med miljöjournalistik har vi efter diskussion med vår handledare kommit fram till att bortfallet av SvD inte innebär någon större förlust. Urvalet innehåller fortfarande ett flertal redaktioner och DN fyller ändå samma kvot i form av dagspress. På Sveriges Radio var intervjupersonerna två efter egna önskemål, annars har det varit en på respektive redaktion, se nedan.

**Fredrick Malmberg** är nyhetschef för TV4-nyheterna och Kalla fakta, han är också ansvarig utgivare. Malmberg har jobbat som journalist i drygt 27 år och varit på TV4 sedan 1995.

**Helena Giege** är tillförordnad inrikeschef på Sveriges Radio. **Maria Eksedler** är nyhetschef på Sveriges Radio och för närvarande även projektledare för Ekot gällande valet 2022. Båda har jobbat som journalister sedan 1989.

**Kiki Bek** är inrikeschef på Sveriges Television och har arbetat som journalist i drygt 20 år. Hon har varit inrikeschef i ungefär två år.

**Maria Stengård** är nyhetschef för klimat- och vetenskapsgruppen på Dagens Nyheter. Hon har haft den tjänsten i tre månader och jobbat på DN i fem år. Stengård har varit journalist i 17 år.

**Jonathan Jeppsson** är nyhets- och grävchef på Aftonbladet. Han är också klimatcolumnist, en relativt ny tjänst som innebär att han utifrån en krönikörsroll följer och kommenterar rapporter och utspel kring klimatet. Han har tidigare släppt en bok om klimathotet. Jeppsson har jobbat som journalist i 30 år, på Aftonbladet i 21 år.

**Johanna Cardell** är biträdande redaktionschef på Expressen och har varit det i knappt ett år. Hon har arbetat som journalist sedan 2012.

### 6.2 Redaktionernas organisering kring miljö- och klimatjournalistik

Redaktionerna är organiserade på lite olika sätt vad gäller deras arbete kring miljönyheter. En del har specifika redaktionsgrupper som enbart jobbar med ämnet medan andra fördelar ut arbetet över hela redaktionen, utan att vissa personer har det som sitt fasta ämnesområde. En

central fråga i vår frågeguide var huruvida redaktionerna har fasta ämnesreportrar kopplade till miljöjournalistik och hur det motiveras. Vi har också diskuterat vilka plattformar redaktionen publicerar på, hur det miljöjournalistiska arbetet organiseras samt vilka utmaningar som finns inom ämnet.

### 6.2.1 Fasta ämnesreportrar

*“Vi måste kunna hjälpa läsarna in i det här ganska snåriga området. Ta dem i handen och varsamt visa varför det är viktigt att läsa om klimatet. Förklara saker och ting. /.../ Då behövs en väldig kompetens på området.”*

– Maria Stengård, DN

Flera redaktioner framhåller vikten av att ha fasta ämnesreportrar som enbart jobbar med miljönyheter. Detta stämmer väl överens med Djerf-Pierres (2013) forskning att det idag finns redaktionella organisationer och specialjournalister på ett sätt som det inte gjorde för en tid sedan, vid miljöjournalistikens början på 50- och 60-talet. Samtidigt talar SR om att det redan på 80-talet fanns journalister som var intresserade av ämnet men att miljöfrågan då inte prioriterades lika högt som idag.

Både SR, DN och TV4 har numera grupper som är speciellt kunniga inom vetenskap och miljö- och klimatfrågor. På SR har man för tillfället sex fasta ämnesreportrar som enbart jobbar med miljö- och klimat. Eftersom Sveriges Radio är så stort tillhör de olika avdelningar, en tillhör inrikesreportrarna, en är korrespondent och några stycken som främst jobbar för vetenskapsradion. På DN ingår åtta personer i vetenskapsredaktionen varav hälften nästan alltid jobbar med klimatet mer specifikt. På TV4 finns tre fasta medlemmar i en vetenskapsgrupp där alla har varsitt specialområde. Alla tre redaktioner framhäver dock att alla på redaktionen ska kunna rapportera om miljö- och klimat på olika nivåer. Mindre och kortare jobb ska alla kunna göra. Både Maria Stengård på DN och Helena Giege på SR förklarar att de respektive vetenskapsredaktionerna fyller en viktig funktion i att stötta upp de övriga redaktionerna på arbetsplatsen i sitt miljöjournalistiska arbete. Stengård förklarar hur vetenskapredaktionen exempelvis kan hjälpa till att tolka vetenskapliga studier om man inte är van att läsa sådant. Det kan också handla om att delta i andras möten eller helt enkelt skriva tillsammans.

Även på Aftonbladet är tanken att alla ska kunna rapportera om klimatet och ambitionen är att ämnet ska genomsyra hela redaktionen. Men man har också en anställd klimatreporter som enbart jobbar med ämnet samt en klimatkolumnist som kommenterar utspel kring klimatet ur en krönikörsroll.

Expressen är de som skiljer sig mest åt vad gäller ämnesreportrar. Tidningen startade en klimatredaktion 2019 med fem klimatreportrar men har efter utvärdering planerat om och placerat ut reportrarna på andra redaktioner. Johanna Cardell förklarar att ansvaret för miljöjournalistik ligger fördelat över olika avdelningar som alla ska bidra med klimatjournalistiskt innehåll. Sen blir det ändå så att vissa jobbar med det mer än andra för att de har kunskap inom ämnet, inte sällan reportrar som tidigare arbetat på klimatredaktionen.



Det var vid pandemins start man gjorde en omorganisering och placerade ut ämnesreportrarna på andra platser.

Expressen var inte ensamma om att göra omorganiseringar i startskedet av pandemin. Fasta klimatjournalister på såväl SvD som TV4 fick tillfälligt andra arbetsuppgifter vilket ledde till att miljö- och klimatrapporteringen också minskade (Retriever, 2021). Men till skillnad från de andra redaktionerna som fick omplacera sina reportrar i början av pandemin så valde Expressen att inte återgå till klimatredaktionen när rapporteringen om pandemin började lugna sig.

*”Vi har utvärderat om kompetensen ska finnas på ett ställe eller flera så som det är idag. Just nu är det såhär vi jobbar, men ingenting är ju ständigt utan saker utvärderas hela tiden.”*

*- Johanna Cardell, Expressen*

Slutligen har vi SVT, som i grunden är organiserat på ett annat sätt och har redaktionen uppdelad i två avdelningar, utrikes och inrikes. Sedan något år tillbaka finns en klimatkorrespondent på utrikes som enbart jobbar med klimatfrågor. På inrikes, som vi fokuserar mest på i vår undersökning, har man två klimatredaktörer samt fyra klimatreportrar som uteslutande jobbar med klimatnyheter. Utöver detta finns även vissa reportrar från andra ämnesgrupper som jobbar med bland annat klimatfrågor, fast inte på heltid. Kiki Bek på SVT säger precis som flera andra redaktioner att alla ska kunna rapportera om miljönyheter, men att det ibland kan vara svårt eftersom det är ett komplext fält. Därför underlättar det med reportrar som arbetat med ämnet tidigare eller sitter inne på specialkunskap, menar Bek.

Frågor kring redaktionens organisering kan kopplas till teorin om medielogik. Enligt Altheide och Snows (1979) definiering av begreppet är nyheter ofta konstruerade och utformade för att passa mediernas arbetssätt och organisation. Därför är det rimligt att anta att redaktionernas organisering också påverkar utfallet av nyheterna på olika sätt.

### **6.2.2 Nyhetsvärdering och urval**

Vad som blir nyheter beror på nyhetsvärderingen och urvalet som görs på redaktionen. Flera av redaktionerna uttrycker att nyhetsvärderingen till stor del sker enligt lika principer oavsett vilket ämne det handlar om. Man nämner också att det läggs ett medvetet stort fokus på klimatet för att man tycker att det är en viktig fråga. Men intervjupersonerna berättar också om olika svårigheter och utmaningar gällande nyhetsvärdering av miljönyheter. Vår tolkning är därför att nyhetsvärderingen av miljönyheter ibland kan vara svårare och kräva mer än andra ämnen, även om arbetsprocessen för nyhetsvärderingen i grunden är likadan.

Maria Eksedler på SR menar att miljönyheter ibland kräver mer arbete än andra ämnesområden. Det kan helt enkelt krävas mer fotarbete innan man bestämmer sig för att göra något av en nyhet, eftersom man behöver slussa vidare frågor till personer på redaktionen som har kunskap i området.

Johanna Cardell på Expressen förklarar att nyheterna på livesidan Klimatkollen har ett snabbare flöde med gott om plats för både stora och små nyheter vilket medför en lägre tröskel till publicering. Även Aftonbladet har en livesida för snabb rapportering.

Jonathan Jeppsson på Aftonbladet säger att redaktionen tagit på sig ansvaret att ha mer fokus på klimatfrågan än vad man kanske hade haft om man bara utgick efter vad folk är intresserade av och klickar på. Att man väljer att fokusera på vissa saker utifrån någon form av journalistisk grundidé. Detta val i sig kan bidra till en viss nyhetsvärdering då journalisterna utifrån sin professionella roll bedömer att det är ett högt värderat ämne som ska läggas extra fokus på.

Maria Stengård på DN menar att nyhetsvärderingen är lik den för andra ämnen. Ganska mycket väljs dock bort av resursbrist och ibland för att det inte håller tillräckligt hög kvalitet för att skriva om.

Redaktionerna är överens om att det förekommer miljörelaterade händelser som inte värderas som nyheter, eller värderas som nyheter men ändå inte rapporteras om. Detta förklaras med att det ser likadant ut för alla ämnen och att det helt enkelt är en fråga om tid, utrymme och möjlighet. Fredrick Malmberg på TV4 förklarar att de bara har en viss tid i sitt programutbud att täcka och att det i urvalsprocessen då kan väljas bort saker. Maria Eksedler och Helena Giege på SR menar att det behövs sållas ganska kraftigt, men poängterar att det är en del av nyhetsjournalistiken vad gäller alla ämnen och inte bara miljörelaterade nyheter.

Utifrån ovanstående resultat blir det tydligt vad Nord & Strömbäck (2005) menar med att värderingen sker utifrån en journalistisk bedömning snarare än fasta principer. Svaren som redaktionerna ger angående hur de går tillväga i nyhetsvärderingen av miljönyheter är ganska diffusa, och syftar snarare till de faktorer Strömbäck (2019:171-183) tar upp, som utöver nyhetsvärdering och urval kan ligga till grund för vad som slutligen publiceras. Bland annat brist på resurser och ekonomiska tillgångar som DN nämner. Formatet, exempelvis i form av en viss programtid som TV4 är inne på. Maria Eksedler på SR lyfter också fram att miljönyheter ofta har ett långt tidsförlopp och ingen naturlig berättardramatugi vilket gör att vissa saker är klurigare att rapportera om och att det är mer troligt att nyheter som redan från början har en tydlig dramaturgi mer troligt rapporteras om, vilket har att göra med det som Strömbäck (2019) definierar som berättarteknik.

Det är således svårt att endast utifrån denna studie komma fram till ett resultat som förklarar vilka av de faktorer som appliceras i nyhetsvärderingsarbetet av miljönyheter.

Odén m.fl., (2016) menar att nyhetsprocessen i krissituationer i grunden är densamma som i andra situationer, även om vissa krav kan vara högre när det handlar om kriser. Även om klimatkrisen är en helt annan form av kris än exemplet i ovanstående forskning, stämmer detta överens med resonemanget flera av redaktionerna har, att nyhetsvärderingen i grunden sker enligt samma principer oavsett ämne.

### **6.2.3 Plattformer**

Alla redaktioner vi intervjuat producerar material till ett flertal plattformar. I TV eller radio handlar det ofta om att producera till och anpassa nyheterna efter flera olika program samt digitala plattformar. Även radio och papperstidningarna har sina digitala plattformar där tidningarna publicerar såväl text som rörligt material. Samtliga publicerar även på sociala medier. Flera av nedanstående arbetssätt ger tydliga exempel på hur redaktioner använder sig av medielogik i praktiken genom att anpassa nyheterna efter medieplattformen.

TV4:s nyheter levereras främst till de vanliga sändningarna av TV4-nyheterna som sänds på mornar och kvällar, men också nyhetsprogrammen Nyhetsmorgon och Efter fem samt på redaktionens digitala plattform. Ofta rapporteras om samma nyhet på flera av plattformarna men framförs på olika sätt beroende på vad som bäst passar publiken och formatet, vilket stämmer väl överens med teorin om medielogik, som bland annat tar upp hur man anpassar nyheten efter formatet.

På SVT producerar man nyheter både till Rapport och Aktuellt, på den digitala plattformen samt övriga nyhetsprogram som sänds på kanalerna.

Aftonbladet och Expressen har livesidorna ”Klimatlive” och ”Klimatkollen” som avdelningar på webbsidorna, som vigs åt snabba klimatnyheter. Vid sidan av dagligt nyhetsarbete och längre arbeten som gräv har man den här livebevakningen för att kunna erbjuda ett flöde med snabba nyheter om klimatet.

Maria Stengård på DN påpekar att man i första hand tänker digitalt, även om man alltid producerar både till print och digitalt.

#### **6.2.4 Utmaningar**

Ett tydligt fenomen som framgår i studien är att miljöjournalistik skiljer sig från andra nyhetsämnen genom att ämnet ofta innebär en stor utmaning för redaktionerna. Ofta är miljörelaterade nyheter komplexa och kräver såväl tid som erfarenhet för att förstå och således kunna rapportera om på ett pedagogiskt och lättbegripligt sätt. Redaktionerna berättar att saker kan behöva förklaras både två och tre gånger, och att det är en balansgång vilken nivå man ska lägga det på, vilket gäller såväl räknesätt som begrepp. Detta är i linje med Djerf-Peirre & Olaussons (2019:227-240) forskning som både belyser ämnets komplexitet och breda spektra av perspektiv. Maria Stengård lyfter fram ett talesätt som redaktionen på DN brukar ha i bakhuvudet: ”Överskatta aldrig läsarnas förkunskaper och underskatta aldrig läsarnas intelligens”.

Dessutom handlar miljönyheter ofta om världsomspännande frågor där “problemen” ligger längre fram i tid eller utspelas geografiskt långt bort. Vilket för med sig en svårighet i att göra nyheterna nära för, och beröra Sveriges befolkning här och nu. Två faktorer som enligt Nord och Strömbäck (2005) annars betraktar vara av stor vikt för ett högre nyhetsvärde. Om dessa faktorer skulle vara helt avgörande och den enda förklaringen till vad som står på nyhetsagendan skulle man kunna anta att miljönyheterna inte skulle få det stora utrymmet de fått och fortfarande har. Tittar man på Retrivers (2021) siffror sedan 2019 var klimatet det mest rapporterade nyhetsämnet 2019 samt det näst största under 2020. Samtidigt poängterar samtliga redaktioner att en del av professionen och det journalistiska hantverket just är att klara av dessa utmaningar.

*”Läsarna vill lära sig och förstå, och gör det om vi är tydliga. Hur hjälper vi läsarna in?”*

*- Maria Stengård, DN*

På TV4 har man sett en tendens till att tittarna stänger av nyheterna eller byter kanal när det kommer svårbegripliga miljönyheter. Fredrik Malmberg säger dock att TV4 inte tar någon

hänsyn till detta i bemärkelsen av att de slutar rapportera om saker för att många slutar titta, utan snarare bemöter det genom att försöka förbättra innehållet så att det blir lättare att förstå och mer intresseväckande. Även Aftonbladet säger sig gå bortanför publikens intresse och vad som drar mest klick när det kommer till miljöjournalistik.

Maria Stengård på DN menar att det är viktigt att göra saker som intresserar publiken. Hon menar att om intresset inte finns kommer ingen heller ta del av materialet, och rapporterar man för döva öron skulle de ändå inte spela någon roll. Tittar man på teorin om uppmärksamhetscyklerna förklaras miljönyheternas upp och nedgångar med att medierna byter fokus mellan de olika ämnesområdena när ett ämne börjar tråka ut eller hota människor (Downs, 1972). Så i den bemärkelsen är TV4 och Aftonbladets inställning till ointresserade tittare och läsare anmärkningsvärd. Å andra sidan överensstämmer deras ställningstagande med journalistikens uppgift att förmedla information till medborgarna som de behöver för att kunna ta fria och självständiga beslut (SOU 2016:30). Jämför man samtidigt med Bremefors (2007) undersökning kopplat till frekvensen av miljönyheter i Rapports huvudsändningar under 2006 så kom han fram till att många av nyheterna väljs utifrån styrfältet intresse.

Just läsarintresset och en känsla för vad publiken vill ha är något som Expressen också tycker är en utmaning. Johanna Cardell berättar nämligen att det finns vissa publiceringar som ibland inte alls får den genomslagskraft som redaktionen i förväg trott, medan det ibland blir omvänt. Samtidigt är Cardell inne på samma spår som Fredrik Malmberg på TV4, att man ibland måste se bortom vad läsarna vill ha och inte alltid styras av siffror.

Det är också av denna anledning som både TV4 och SVT menar att miljönyheter inte alltid fått så mycket utrymme som det kanske borde fått. SR har en teori att området helt enkelt varit så komplext att journalisterna antingen inte själva har förstått omfattningen, alternativt att det krävts så mycket tid att producera ett relevant material att man inte har gjort det i tillräckligt stor utsträckning på grund av resurs- och tidsbrist.

Med detta sagt skiljer sig givetvis nyheter inom ämnesområdet mycket åt och det finns fortfarande nyheter som är av mer konkret karaktär och således är lättare att både producera och rapportera om.

För att möta denna utmaning har en del redaktioner kommit fram till några saker som gör rapporteringen tydligare. TV4 har exempelvis märkt att för mycket statistik gör ämnet svårt att begripa medan grafik i form av punktlister och grafer istället gör ämnet mer lättförståeligt, säger Fredrik Malmberg. Maria Stengård på DN tror även att man kanske måste hitta nya uttrycksätt, och nämner likt TV4 grafik eller punktlister som ett komplement till den flytande texten.

*“Det är en utmaning och jag tycker inte vi nått hela vägen.”*

*- Fredrick Malmberg, TV4*

Jonathan Jeppsson på Aftonbladet menar också att journalister måste bli experter på den här frågan. För att både göra bättre rapporteringar men också för att lättare kunna bemöta klimatskepticism. Därför tror Jeppsson att det behövs en stor utbildningsinsats på många

ställen. En tanke Aftonbladet delar med bland annat SVT som emellanåt bjuder in forskare och andra experter för att dela med sig av sin ämneskunskap till reportrarna. Även TV4 är inne på detta spår. Fredrik Malmberg säger att det underlättar om specialreportrarna inom miljöjournalistik har en bakgrund inom biokemi eller något likande. Kiki Bek berättar att SVT har ett klimatnätverk med reportar över hela landet och projektledare som kan sprida kunskap, diskutera hur man ska rapportera om vissa frågor kopplade till miljön samt vilka fallgropar som kan uppstå. Med dessa kan man också diskutera var man kan hitta bra forskning och utbyta nyheter.

Ytterligare en anledning till att öka kunskaperna om miljöjournalistik på redaktionerna är för att kunna hålla sig neutrala. Maria Stengård på DN menar till exempel att om man ska kunna hålla sig neutral till ny forskning krävs att man har koll på tidigare forskning för att vidare kunna avgöra om en studie sticker ut eller helt enkelt inte verkar stämma.

En annan utmaning och problematik som Jonathan Jeppsson på Aftonbladet lyfter fram är att vara mer ansvarsutkrävande i miljöjournalistiska intervjuer. Jeppsson anser att klimatjournalistiken tidigare främst har varit beskrivande och inte problematiserande. Han menar också att den inte varit särskilt konsekvensneutral utan snarare skulle inge någon form av hopp för att människor skulle läsa artiklarna. Trots att det skett en förbättring menar han att utmaningen kvarstår. Att ställa politiker mot väggen, våga problematisera och vara ansvarsutkrävande i intervjuer. Han ser också en svårighet med att vara ansvarsutkrävande.

*”Frågan är så komplex. Nästan alla är ju klimatbovar. Det är dramaturgiskt enklare att sätta dit en skurk om man själv har ryggen fri. Det låter sig svårligen göras i klimatfrågorna eftersom vi alla på olika sätt, genom vår konsumtion och våra resor osv, bidrar till klimatproblematiken.”*

*- Jonathan Jeppsson, Aftonbladet*

Enligt Odén m.fl. (2016) råder en relativ samstämmighet inom journalistkåren när det gäller ansvaret att utföra granskande och ansvarsutkrävande journalistik. Varför den i stor grad uteblivit tidigare när det gäller ämnet miljö- och klimat skulle delvis kunna förklaras med Johansson och Truedsson (2021) undersökning av journalistiken under coronakrisen, där de talar om tre olika faser som redaktionerna ofta genomgår i rapporteringen av kriser. I startskedet handlar det främst om förmedling av information, för att sedan efter utfallet av krishanteringens gå över till mer granskande journalistik. Och eftersom coronakrisen varit så utdragen dröjde det lång tid innan granskningen kom igång. Eftersom klimatkrisen förmodligen är den mest utdragna krisen som rapporterats om skulle en teori kunna vara att utfallet blivit liknande här.

### **6.2.5 Experter och forskare**

*”Det är vanskligt att dra egna slutsatser utifrån hur vädret ser ut utanför fönstret. Klimat är ett fält där man behöver luta sig mot forskningen. Det vi berättar är till stor del rapporter kring nya forskningsnyheter.”*

*- Kiki Bek, SVT*

För att ta sig an utmaningen att presentera nyheter på ett lättbegripligt sätt och som journalist själv förstå komplexa förlopp, använder sig medier ofta av experter och forskare. Något som miljöjournalistiken, enligt Lidskog och Olausson (2013), är beroende av eftersom nyhetsmedierna är en viktig förmedlare av vetenskaplig forskning. Samtliga redaktioner vi intervjuat inkluderar experter och forskare i arbetet.

TV4 har förutom sin vetenskapsgrupp med specialister inom området, även några forskare knutna till sig som kan svara på frågor och förklara ämnet på ett pedagogiskt sätt.

Expressen listar olika experter och deras expertisämnen för att kunna få tag i rätt person när det gäller en fråga. Förutom att använda sig av experter i det journalistiska arbetet när det gäller frågor och funderingar anordnar man ibland också chattar på nätet där läsarna direkt kan ställa frågor till experten. Det kan handla om exempelvis förnybar energi eller vad som helst, förklarar Cardell.

*”Vi vill ha en direktkontakt med läsarna så att de också kan kommunicera med oss och får svar på det de undrar över.”*  
- Johanna Cardell, Expressen

Även Aftonbladet har tät kontakt med forskare och experter och Jonathan Jeppsson menar att det ingår i den journalistiska rollen att ha det. Både klimatreportern och klimatkolumnisten använder sig av experter för att försöka förklara komplicerade begrepp och kunna ge en så saklig bild av klimathotet som möjligt.

Dagens Nyheter tar in forskare eller experter nästan dagligen, säger Maria Stengård. Är det inte experter som kommenterar är det de egna klimatreportrarna som skriver lite mer förklarande och kommenterande texter. Hon beskriver det som en fördel att ha tillgång till experter men att en utmaning kan vara att de blir ”hemmablinda” och skriver på en för avancerad nivå.

Maria Eksedler och Helena Giege på Sveriges Radio säger att det finns en del experter i huset och att man också ofta tar in utomstående forskare. Klimatpolitikforskaren och professorn Björn Ola Linnér tas upp som ett ofta förekommande exempel. Eksedler säger att SR noggrant vill kontrollera vilka det är som ska intervjuas. Det finns många som är relevanta och kunniga inom både miljö och andra vetenskapsområden, men också många som tycker mycket. Därför kan det ibland tyckas svårt att hitta rätt vilket kan innebära att arbetet tar längre tid.

*”Ibland kan det vara väldigt lockande att plocka personer som kommer med något braskande sådär, men personen måste hålla sig inom en vetenskaplig konsensus och ha på fötterna.”*  
- Helena Giege, SR

Eksedler berättar också att man på SR har möjlighet att knyta personer till sig för specifika uppdrag. Som exempel tar hon inför det förra riksdagsvalet då experter fanns med som en panel att ”bolla med” när sakpolitiska frågor fördes. Politikerna blev med en gång lite

betygsatta av experterna. Eksedler menar att detta var en bra form och att man säkert kommer att göra på liknande sätt igen.

Precis som SR har också SVT tillgång till ämnesexperter. SVT har en vetenskapsredaktion och ett vetenskapsprogram där många av de som arbetar är kunniga inom just klimatfrågan. Det är också dessa reportrar som SVT använder som expertreportrar till sitt nyhetsbrev. De kan också förekomma i vissa sändningar och inslag.

Kiki Bek berättar vidare att det är vanligt att SVT intervjuar forskare för inslag eller artiklar. Klimatforskare har funnits med i studion för Aktuellt ett flertal gånger. Man har inga siffror på hur ofta detta förekommer, men menar att det är en ”bärande del”. Bek förklarar att man inte har forskare knutna till sig, men det finns forskare som förekommer mer än andra för att de är duktiga på att kommunicera sina kunskaper.

### 6.2.6 Kompetens

*“Jag tror inte vår rapportering skulle sett så bra ut som den gjort under hösten om vi inte haft ett antal reportrar som verkligen är specialkunniga inom fältet. Det är först då man kan få fram riktigt vassa och nya vinklar.”*

*- Kiki Bek, SVT*

Förutom utomstående experter och forskare är flera av våra intervjupersoner överens om att journalisterna själva behöver vara pålästa inom ämnet miljö- och klimatjournalistik för att kunna ta sig an utmaningarna inom ämnet på ett bra sätt. Det finns förstås naturliga variationer inom både ämnen och kompetens på redaktionen vilket ändå gör att många olika personer kan jobba med klimatjournalistik i olika grad. En intressant frågeställning är dock hur redaktionerna hjälper personalen erhålla den kompetens som krävs.

Trots att vi inte hade någon utbildningsfråga formulerad i vår frågeguide, kom några av redaktionerna ändå in på detta och berättade om olika möjligheter inom redaktionen som finns för att bli mer påläst. Viktigt att påpeka är dock att detta inte var med i vår ursprungliga frågeguide utan utvecklades som ett samtalsämne under intervjuerna, därför kan olika utbildningsinsatser förekomma på fler av våra intervjuade redaktioner även om det inte redovisas här.

Fredrick Malmberg på TV4 menar att alla till viss del kan göra miljönyheter, men att det är en fördel om journalisten själv har ett intresse för ämnet och på så sätt är väl påläst. Dessutom nämner han att en bakgrund med en biokemisk utbildning eller något liknande alltid är en fördel men inte nödvändigt.

Jonathan Jeppsson på Aftonbladet berättar att man försöker involvera så många som möjligt i klimatlivet som ett steg att skapa en stor kunskapsbank hos fler av journalisterna. Man har också haft vissa interna utbildningar exempelvis om var man inhämtar information, något som även Johanna Cardell på Expressen berättar att man haft liknande, där man kort dragit lite tips och trix för vad man kan tänka på när man bevakar miljö- och klimatfrågor.

## 6.2.7 Riktlinjer och regler

Några riktlinjer, eller någon policy för hur man ska jobba med specifikt miljöjournalistik på redaktionen är det inte många som har. Flera medier har dock riktlinjer och policys som gäller för hela redaktionen och det journalistiska arbetet och därmed kan appliceras på alla ämnen i ett större perspektiv. Givetvis kan man även applicera pressens publicitetsregler på miljö- och klimatjournalistik, men syftet med frågan var att undersöka om det finns specifika uttalade riktlinjer för vårt forskningsämne. Ett par redaktioner tar upp att de har en vetenskapspolicy. Eftersom ursprungsfrågan rörde miljöpolicy, kan vi dock inte utesluta att även redaktionerna som inte nämnt vetenskapspolicy har en sådan.

På Aftonbladet har man ingen uttalad policy för hur man ska ta sig an just klimatjournalistik. Jonathan Jeppsson tror heller inte att man kommer att ha det i framtiden eftersom det ska vara en så naturlig del av bevakningsområdena. Precis som det inte finns speciella riktlinjer för hur man jobbar med andra ämnen kommer det inte vara det när det gäller detta heller, mer än att man sätter långsiktiga planer för vad som ska granskas och hur, förklarar Jeppsson.

Expressen och DN har inga specifika regler för miljöjournalistik, men däremot policys för vetenskapsjournalistik (DN, 2016; J. Cardell personlig kommunikation, 21 december, 2021), som i många fall naturligt går att applicera på miljö- och klimatjournalistik. Både Expressens och DN:s policy består i stora drag av checklistor man kan ha som riktlinjer för hur man rapporterar om vetenskap på ett korrekt och begripligt sätt. Checklistorna behandlar bland annat hur man hittar rätt källor och experter, frågor kring var en studie har publicerats och av vem, hur resultatet står sig mot annan forskning med mera.

Även TV4 har en policy när det gäller vetenskapsjournalistik. Detta är dock interna dokument.

Kiki Bek på SVT förklarar att man inte har en specifik policy men däremot ett internt dokument med riktlinjer kring klimatet som handlar om hur man kan formulera sig och vad man bör tänka på.

## 6.3 Ämnets prioritet enligt redaktionen

*"Vi står inför ett existentiellt hot, då måste journalistiken förhålla sig till det för att inte svika uppdraget som yrkesrollen har."*

*- Jonathan Jeppsson, Aftonbladet*

Om det är en sak det råder konsensus om på våra sex intervjuade redaktioner, är det hur viktig klimatfrågan är i nyhetslandskapet. Alla sex redaktioner vi intervjuat framhåller miljö- och klimatjournalistik som ett viktigt ämne som ska ha stor prioritet. Hur man sedan i praktiken väljer att organisera redaktionen kring ämnet varierar (se mer under tidigare kapitel 6.1). Så här uttrycker sig redaktionerna om ämnets prioritet och allmänna fokus på redaktionen.

### 6.3.1 Fokus

Jonathan Jeppsson på Aftonbladet är noga med att understryka att man prioriterar klimat före miljö på Aftonbladet. Klimatjournalistiken är en stor prioritet och man jobbar för att den ska



genomsyra hela redaktionens arbete, både genom det dagliga nyhetsarbetet, den snabba nyhetsliven och längre grävande journalistik.

Flera av våra intervjupersoner påpekar att man aktivt väljer att sätta extra stort fokus på klimatfrågan oavsett hur många som läser. Att man bedömt att det är en så pass viktig fråga och något som ska skildras och drivas oavsett hur intresset hos publiken pendlar fram och tillbaka gentemot andra ämnen.

Johanna Cardell på Expressen säger att redaktionen har en ambition att stå på med klimatet för att det är en viktig fråga. Hon förklarar också att de ofta får mer genomslag när de satsar på färre men större grejer och att man därför försöker jobba så för att nå så många läsare som möjligt. Så jobbar man egentligen med alla ämnen, det är något som genomsyrar hela redaktionen inte bara när det gäller klimat. Cardell understryker också att även om läsarna inte alltid tycker en nyhet är viktig betyder inte det att man kan sluta rapportera om det för att det inte blir läst.

*”Det är fortfarande ett viktigt ämne så det gäller att hålla i och inte styras av siffror. Det tycker jag inte heller att vi gör utan det är en prioriterad fråga hur som helst.”*  
- Johanna Cardell, Expressen

### **6.3.2 Utrymme**

På alla redaktioner som medverkat i studien finns ingen plan för hur stort utrymme miljönyheter ska få i rapporteringen. Det är också ovanligt att ha miljö eller klimat som en egen kategori i nyhetsrapporteringen, likt sport eller kultur som ofta har sina egna avsatta delar i tidningar eller i nyhetssändningar. Expressen tillhör undantaget och har en klimatkategori på sin digitala plattform, dit även deras livesida “Klimatkollen” hör.

På SVT har vetenskapsredaktion ett specialprogram om klimatfrågan. Däremot har inte miljönyheter något fast utrymme i de ordinarie nyhetssändningarna så som Rapport och Aktuellt. Det beror enligt SVT på att ämnet berör så många fält, exempelvis politik, ekonomi och samhälle, och platsar därför bäst i den allmänna nyhetssändningen. På TV4 är man inne på samma spår med att miljönyheterna faller under allmännyheterna och menar att anledningen till att sport och ekonomi har förutbestämda utrymmen beror på att det historiskt sett varit så och är ett upplägg som uppskattas av tittarna. På DN har man inte heller en egen del för miljönyheter och anser likt de andra att de beror på att det är ett fält som rör sig över alla områden och måste enligt dem synas i hela tidningen. Det gör således att området belyses utifrån många vinklar, som kanske inte annars skulle uppenbaras om de ämnet hade en förutbestämd plats.

Utrymmet avgörs, enligt flera av redaktionerna, av den ständiga nyhetsvärderingen. Miljönyheterna genomgår helt enkelt samma nyhetsvärdering som alla andra ämnesområden, och får ibland mer publicitet och ibland mindre. Vilket Fredrick Malmberg på TV4 menar är bra för att bibehålla en högkvalitativ journalistik.

*” Det är en liten fara med att göra ständigt nya avdelningar tror jag. Risken är att man fortsatt behandla klimatfrågan som ett sidointresse, men det ska inte vara ett sidointresse det ska vara på den stora sajten i så stor utsträckning som möjligt.”*

*- Jonathan Jeppsson, Aftonbladet*

Däremot har en del redaktioner mål eller ambitioner för hur mycket miljönyheter som ska finnas med i deras rapportering. På Expressen finns ingen konkret siffra men det är enligt dem själva “väl förankrat hos alla medarbetare att det är ett prioriterat ämne”. Aftonbladet har en likande ambition “att bevaka frågan frekvent och med kraft”. På TV4 för man istället statistik över vissa prioriterade ämnesområden, där klimat- och miljö är ett av dessa. För att hålla koll på så de rapporterar och producerar tillräckligt mycket inom området. Just nu är deras mål att ha minst 20 nyhetsinslag med klimat- och hållbarhetsfokus på en månad vilket innebär fyra till fem inslag i veckan. Ett mål som de ofta uppnår. SVT har liknande mätningar men som istället sträcker sig kvartalsvis och inte innefattar direkta siffror utan mer en allmän känsla för om mängden är tillräcklig eller inte.

Fredrick Malmberg på TV4 berättar att man för en del statistik på ämnen, däribland miljö- och klimat, för att se att man gör tillräckligt. Likt Jeppsson på Aftonbladet säger även Malmberg att man fortsätter att rapportera om saker man anser är viktiga, även om man märker att tittare exempelvis har en tendens att byta kanal eller stänga av om rapporteringar blir för komplicerade. Man försöker utvecklas och förklara på ett enklare sätt.

## **6.4 Miljöjournalistik över tid**

Om vi tittar tillbaka då, hur har miljöjournalistiken i stort ändrats över tid enligt de olika redaktionerna? Se några exempel nedan.

### **6.4.1 Utveckling och brytpunkter**

Gemensamt för alla redaktioner är att de anser att miljön har fått allt större utrymme och succesivt blivit en naturlig del i den dagliga rapporteringen de senaste fyra åren. I och med det ställer sig många sig också kritiska till att de inte prioriterat klimatet tillräckligt mycket tidigare. Även om ingen kan uttala sig om en specifik brytpunkt som varit avgörande för utvecklingen, finns det några teorier om varför miljön kommit att få mer utrymme i media.

*”Man kan tänka sig att hela Greta-rörelsen med Fridays for future har varit någon form av brytpunkt. Även om det kanske inte hände över en dag har rörelsen definitivt till viss del hjälpt att bidra till den här förändringen.”*

*- Maria Stengård, DN*

Klimataktivisterna Greta Thunberg omnämns ett flertal gånger av flera av våra intervjupersoner. Även om man inte tror hennes rörelse är en direkt brytpunkt så menar bland annat Jonathan Jeppsson på Aftonbladet att hon skapat ett växande intresse för klimatfrågan. Han nämner också att det under samma sommar som rörelsen tog fart, 2018, härjade skogsbränder runt om i Sverige som kopplades till klimatfrågan. Hösten 2020 gjorde DN

dessutom ett nummer helt tillägnat klimatjournalistik, där Thunberg tillfälligt axlade rollen som chefredaktör. Efter numret steg intresset ganska stort hos DN:s läsare. Många som tidigare inte brytt sig så mycket om klimatet förstod plötsligt att nu är det allvar, berättar Maria Stengård.

Anledningen till att klimat- och miljönyheter först för några år sedan fick större publicitet i media tror flera bland annat beror på att det är komplexa fenomen som både är svåra att rapportera om på ett lättbegripligt sätt och på även så att det känns relevant för publiken. Därför kan man anta att Thunberg och skogsbränderna gjorde att uppmärksamheten ökade på så sätt att det var lätt att relatera till. Greta är en till synes vanlig tjej som lika gärna skulle kunna vara tittarnas dotter, syster eller barnbarn. Många har också kunnat relatera till bränderna då det skedde så nära och påverkade väldigt många. En kombination av ett större publikintresse baserat på igenkänneelse tillsammans med konkreta händelser som är förhållandevis enkla att rapportera om och som har en tydlig miljökoppling kanske kan ses som, om inte en brytpunkt, iallafall en tydlig knuff i utvecklingen.

Samtidigt kan man tänka sig att medierna följer politikernas agenda och ger större utrymme åt de frågor som är viktiga i opinionen. Intresset för klimatfrågan har ju nämligen ökat de senaste åren i såväl världspolitiken (Goodman, m.fl., 2021) som i de svenska debatterna.

Något som hänger ihop med svårigheten att göra ämnet relaterbart och begripligt är att rapporteringen förut ofta blev enkelspårig. Fredrick Malmberg på TV4 tar som exempel upp att man för att gestalta komplexa miljöfenomen i deras medieformat ofta använde sig av bilder från Arktis med rasande isberg och simmande isbjörnar. Maria Eksedler och Helena Giege på Sveriges Radio menar också att man var väldigt enkelspårig förut och att det mesta som handlade om miljöfrågor kretsade kring att man skulle värna om miljön och inte skräpa ner. Eller när det var oväder någonstans pratade man snarare om vilka försäkringar som kunde täcka skadorna istället för, som idag, vilken inverkan som klimatfrågan har på extremväder. Om man jämför dessa exempel med vad vi vet idag kan man fråga sig om rapporteringen gett en skev bild av klimatfrågan.

Att den enformiga rapporteringen nu utvecklats tror framförallt public service-redaktionerna beror på att kunskapen kring ämnet ökat och att det numera finns en större vetenskaplig grund till hur klimatförändringarna ser ut och därav har det också blivit mer aktuellt.

Ytterligare en utveckling som lett till mer och bredare miljöjournalistik är att många av redaktionerna har startat upp avdelningar eller grupper som är särskilt avsatta att bevaka och rapportera om miljönyheter. Flera har dessutom utökat antalet journalister som arbetar med miljöfrågorna på heltid. Ett exempel är DN som under de senaste åren fullföljt planen att ha en specifik klimatredaktion, till skillnad mot förut när alla kunde jobba med frågan.

Expressen har däremot gått en annan väg och avvecklat sin klimatredaktion som skapades 2019. Anledningen är att de på grund av coronapandemin prioriterade om och placerade ut reportrarna på andra avdelningar. Man utesluter å andra sidan inte att man i framtiden kan komma att tänk om eftersom organiseringen utvärderas löpande, säger Johanna Cardell.

Aftonbladet är en redaktion som sticker ut gällande satsningar man gjort på klimatjournalistik sedan drygt tio år tillbaka. Flera av de andra redaktionerna berättar om en större förändring

sedan ett eller upp till cirka fem år tillbaka, även om deras rapporteringar kan ha ökat i perioder då frågan varit på tapeten i världspolitiken. Aftonbladet gjorde nämligen en satsning redan 2009 i samband med klimattoppmötet som hölls då. En satsning som de fyra nästkommande åren dalade för att sen ta fart igen i samband med Parismötet 2015. Samma sak upprepade sig sedan därefter innan nivån återigen steg runt 2018 för att sedan stanna kvar, även om coronapandemin till viss del skuggat över miljöfrågorna den senare tiden. Jonathan Jeppsson uttrycker det som besvärande att Aftonbladet inte hade någon kontinuerlig klimatbevakning under flera år, men säger också att den nu är fortsatt prioriterad.

Svängningarna Aftonbladet rapporterar om tycks stämma överens med de uppmärksamhetscykler Monika Djerf-Pierre (2013) rapporterat om i sina studier. Nu är frågan om de senaste årens uppgång är här för att stanna eller återigen bara är en uppåtgående kurva som snart är påväg ner igen. Utifrån redaktionernas sätt att se på ämnet vore det underligt om det redaktionella intresset för miljö- och klimatjournalistik skulle svalna och återgå till blygsamma nivåer igen. Inte minst på grund av alla redaktionella satsningar som gjorts och planer som enligt redaktionerna ska träda i kraft.

#### 6.4.2 Läsarintresse

*”Folk har en tendens att byta kanal eller stänga av när rapporteringarna blir för komplicerade.”*

*- Fredrick Malmberg, TV4*

Fredrick Malmberg på TV4 uppfattar det som att de flesta har koll på att miljön är ett viktigt och akut ämne. Trots detta har TV4 under lång tid sett att folk har en tendens att byta kanal eller stänga av när rapporteringarna blivit för komplicerade. Han anser dock att tendensen i viss mån avtagit de senaste åren. Fredrik Malmberg säger att TV4 inte tar någon hänsyn till detta i bemärkelsen att de undviker att rapportera om krångliga miljöskeenden. Istället försöker de hela tiden utvecklas för att förklara på ett enklare sätt, och fortsätter att rapportera en variation av nyheter för att bibehålla en långsiktig trovärdighet.

Jonathan Jeppsson på Aftonbladet menar att det fortfarande är så att redaktionen litegrann har tagit på sig uppgiften att ha mer fokus på klimatfrågan än vad man kanske hade haft om man bara gick utifrån vad folk är intresserade av och klickar på.

*”Klimatfrågan har kanske liksom inte riktigt trängt in i människors medvetande på det sätt som klimatintresserade kanske skulle hoppas att den hade gjort.”*

*- Jonathan Jeppsson, Aftonbladet*

Trots detta kan han ändå se en förändring i mottagandet av klimatjournalistiken. Hur det exempelvis tidigare var fler klimatskeptiker som hörde av sig i hårda eller förlöjligande ordalag än vad det är idag, även om det fortfarande förekommer. Jeppsson menar att det har skett en förändring i människors medvetande och att klimatfrågan har en helt annan position

och legitimitet än tidigare. Han påpekar också ett svalnat intresse för klimatfrågan när corona kom, men att intresset nu verkar ha blivit återställt till hur det var tidigare.

DN upplever också att det inte varit samma läsarintresse tidigare. Vi ser i våra läsarsiffror att det finns ett helt annat intresse för klimatjournalistik än för 3-4 år sedan, säger Maria Stengård.

### 6.4.3 Framtid

*”Det här är det avgörande decenniet om vi ska kunna vända utvecklingen som det ser ut nu. Journalisterna måste vara där storyn finns, det är här den finns just nu.”*

*-Jonathan Jeppsson, Aftonbladet*

Våra intervjuade redaktioner är alla överens om att miljö- och klimatjournalistik kommer vara ett ämnesområde som kommer fortsätta sin uppgång. För att möta utvecklingen har en del av redaktionerna planer på hur de ska förbättra sin miljöjournalistik framöver.

Exempelvis har TV4 funderingar på att skapa ett “litet råd” med experter inom ämnet som de har knutna till sig och kan bolla med och som har en bred kunskap i allt ifrån kemi till biologi och övriga miljöfrågor. Fredrick Malmberg menar dock att de fortfarande är i idéstadiet eftersom området än så länge är relativt smalt och att de som sitter inne på expertisen ofta inte är oberoende. Vilket gör det problematiskt rent trovärdighetsmässigt.

Expressen har inte några konkreta planer framåt men tror å andra sidan på att ämnet kommer växa i omfattning och att det är viktigt att ta det på allvar. De resonerar mer hur de ska fånga läsarnas uppmärksamhet och tror att nyckeln till det är kvalitetsjournalistik där man satsar på färre men bättre saker. Dock inte nödvändigtvis bara långa reportage utan en blandning men med ett snabbare flöde än idag.

*”Det är svårt att prata om stora strategier i ett sådant här sammanhang. Men att det är jätteviktigt att ta frågan på allvar, vilket jag tycker att vi gör, och att man fortsätter göra det och göra bra journalistik.”*

*- Johanna Cardell, Expressen*

Man kan också se det som att utmaningen att förklara ämnet på ett lättbegripligt sätt grundar sig i en vilja hos redaktionerna att väcka intresse hos sin publik. Om ämnet som förklaras är svårt att förstå kommer färre att fastna för det och således byta kanal eller läsa något annat. Därför skiljer sig planen om att göra det mer lättbegripligt så mycket från Expressens plan i att satsa på kvalitetsjournalistik för att få genomslag hos många läsare. Kvalitetsjournalistik kan ju faktiskt ses som en definition i att göra bättre journalistik och bättre journalistik borde delvis innebära att göra den lättbegriplig och mer tillgänglig för fler, även om det omfattar mer än så.

Jonathan Jeppsson på Aftonbladet ser utmaningarna med framtiden men också möjligheter. Han menar att ett nytt fält öppnar sig för journalister där det plötsligt går att göra journalistik på saker som man tidigare tagit förgivet, genom att titta på fler nyheter ur ett miljöperspektiv.

Ett exempel som han lyfter fram är om det förslagsvis ska byggas en höghastighetsbana eller något annat så kommer journalister alltid kunna se det ifrån ett miljöperspektiv och belysa vad det får för konsekvenser för klimatet. Detta är en bana som även DN är inne på, nämligen att klimatet inte kommer vara en specifik fråga utan snarare integrerat i hela vårt samhällsliv och vår vardag.

SVT har i dagsläget inga ytterligare planer framåt utan har gjort en hel del förändringar det senaste året som de så småningom kommer utvärdera och eventuellt justera. Bland annat har de byggt upp en kunskapsbas hos reporterarna på hela redaktionen för att förbättra sin bevakning och nyhetsrapportering. Kiki Bek berättar att de också har startat ett nyhetsbrev där de samlar alla nyheter som är kopplat till miljö och klimat på samma ställe. I DN har man också nyligen gjort en förändring genom att skapa en egen klimatredaktion med ett flertal nyanställda klimatreportrar. Men om Maria Stensgård ser ytterligare några år framåt tror hon inte att denna specifika avdelning kommer bestå, utan istället att alla redaktioner kommer vara klimatspecialister.

Public service-redaktionerna är överens om det stora utrymmet miljö- och klimat kommer att ha framöver, och på Sveriges radio tar man ett kommande exempel. Maria Eksedler är projektledare inför Ekots valbevakning 2022 och påpekar att miljön är högt upp på agendan i politiken och således även kommer att vara det i nyhetsrapporteringen.

Förutom detta är det många av redaktionerna som säger att de har planer framöver som de inte kan offentliggöra i dagsläget.

## 7. Slutsats

Syftet med vår studie var att undersöka hur några av Sveriges största nyhetsredaktioner organiserar sitt arbete kring miljö- och klimatjournalistik. I detta kapitel utgår vi från uppsatsens fyra frågeställningar och redogör svaren var för sig. I några av intervjusituationerna upplevde vi att flera svar vävdes ihop och kunde svara på mer än en fråga, därför förekommer ibland upprepningar i resultatkapitlet. En anledning till detta skulle kunna vara att intervjufrågorna inte var tillräckligt tydligt formulerade. Vår slutsats är dock tvärt om att vi täckt in hela området bra men att ämnesområdena snarare går hand i hand och att vissa svar därför kan omfatta flera av frågorna. Efter analys tycker vi oss ändå kunna svara på frågeställningarna och dra följande slutsatser.

### **7.1 Hur förhåller sig olika redaktioner till miljöfrågor i nyhetsvärderingen och rapporteringen?**

De flesta redaktionerna säger att man arbetar med miljönyheter utefter samma principer som andra nyheter när det gäller nyhetsvärdering och rapportering. Men man tar också upp ett antal utmaningar som tyder på att det finns vissa svårigheter kopplade till ämnet man behöver ta hänsyn till i arbetet. Även om dessa utmaningar inte omnämns direkt i anslutning till termerna nyhetsvärdering och rapportering är vår uppfattning ändå att de rimligen påverkar arbetet. Med det sagt behöver detta inte bara gälla ämnesområdet miljö utan kan också handla om andra komplexa fält.

För att ta ett exempel är redaktionerna överens om att man behöver vissa kunskaper, eller åtminstone tillgång till personer med gedigna kunskaper inom området, för att kunna rapportera om ämnet på ett lättbegripligt och också dramaturgiskt sätt. SR menar att detta ibland kan göra att det krävs mer fotarbete än för vissa andra ämnen eftersom frågan måste slussas mellan personer innan man väljer att göra en nyhet. Vi drar alltså slutsatsen att utmaningarna miljö- och klimatjournalistiken medför ibland kan göra att nyhetsvärderingen och rapporteringen tar längre tid och kräver mer arbete än vissa andra ämnen, även om man i grunden har samma journalistiska grundprinciper i arbetet med ämnet.

En annan intressant vinkel är att flera av redaktionerna säger sig ta ett större ansvar för klimatnyheters utrymme än vad som verkar efterfrågas av allmänheten, just för att man utefter journalistiska värderingar bedömer det vara ett viktigt ämne. Ett ganska tydligt exempel på hur man väljer att nyhetsvärdera ämnet.

### **7.2 Hur stort utrymme, enligt redaktionerna, får miljönyheter till skillnad mot andra nyheter och hur motiveras det?**

Redaktionernas gemensamma bild är att miljönyheter fått ett ökat utrymme de senaste åren. En av anledningarna är att ämnesområdet fått allt större betydelse runt om i världen i takt med att kunskapen ökat, både inom vetenskaplig forskning men också hos gemene man. Allmänheten har fått en större förståelse för klimatfrågans innebörd och detta återspeglas på de flesta platser, inte minst inom politik och i media.

Det växande utrymmet i medierapporteringen grundar sig också i hur redaktionerna ser på frågan och prioriterar den i nyhetsvärderingen. Många av redaktionerna i vår undersökning har lyft fram att det utrymme som redaktionerna väljer att ge miljönyheter inte alltid är i paritet med vad publiken efterfrågar. Man menar att redaktionen själva tycker ämnet är så pass viktigt att man ibland inte enbart kan låta sig styras av publikintresse, även om det också har vuxit de senaste åren.

Ovanstående slutsats kan inte helt och hållet besvara frågan om hur stort utrymme miljönyheterna får i förhållande till andra ämnen, men ger en bild av utrymmet redaktionerna själva uppfattar att man ger samt en motivering till varför.

Miljönyheterna har inte heller något eget utrymme, precis som de flesta nyhetsämnena med undantag för bland annat sport, ekonomi och kultur. Istället avgörs miljönyheternas utrymme genom en ständig bedömning av nyhetsvärdet. Därför kan utrymmet variera både från dag till dag men också över tid, baserat på vilka trender och händelser som är aktuella för tillfället. Detta är å andra sidan inte unikt för just miljöjournalistik utan gäller samtliga ämnesområden.

### **7.3 Vilka skillnader finns mellan de olika redaktionernas miljöjournalistiska arbete?**

Något som framgår i studien är skillnaden i hur redaktionerna är organiserade kring det miljöjournalistiska arbetet, framförallt med betoning på bemanningen. Fem av sex redaktioner har en eller flera klimatreportrar som uteslutande bevakar ämnet och finns som hjälp till andra på redaktioner som tar sig an ämnet. Skillnaderna ligger i hur många varje redaktion har. Expressen är den redaktion som valt att frånga detta upplägg. De personer som innan pandemin arbetade med klimatet har efter utvärdering istället placerats ut på andra redaktioner där alla har ett gemensamt ansvar.

Man kan också se skillnader i hur redaktionerna valt att lyfta fram ämnet rent utrymmesmässigt. Expressen är den enda redaktionen som på sajten har en egen kategori för klimatnyheter. Resterande redaktioner menar att miljö och klimat istället ska finnas överskridande på hela redaktionen. De båda kvällstidningarna Expressen och Aftonbladet har varsin klimatlivesida avsatt till mer korta och snabba klimatnyheter. SVT har ett nyhetsbrev man kan prenumerera på.

Det finns också skillnader mellan redaktionerna för vilka riktlinjer man har. Inga av redaktionerna framhåller direkt något specifikt styrdokument som speciellt viktigt förrän vi ställer frågan om det finns. SVT har ett internt dokument med hjälp och rekommendationer kring saker man bör tänka på och hur man formulerar sig när det gäller klimatet. Flera av redaktionerna har någon form av vetenskapspolicy, där klimatet är inkluderat. Om dokumenten är interna eller offentliga varierar.

### **7.4 Hur ser redaktionerna på framtiden avseende arbetet med miljöjournalistiken?**

Redaktionernas framtidsplaner ser lite olika ut, en del har mer konkreta tankar. Flera berättar att man har framtidsplaner man inte kan avslöja ännu. Gemensamt är dock att utmaningarna med att förklara ett komplext ämnesområde kvarstår, och det är på den punkten många har



som avseende att förbättra sig. Exempelvis har TV4 planer på att knyta till sig ett råd med experter som kan vara till hjälp med att räta ut frågetecken och förklara komplexa fenomen på ett enklare sätt. Aftonbladet ser en förbättringspotential i ansvarsutkrävande intervjuer och funderar således på att utbilda sina medarbetare i det. Medan Expressens plan snarare handlar om att satsa mer på kvalitetsjournalistik för att få genomslag hos många läsare. På DN har man nyligen gjort en stor satsning genom att en utökad vetenskapsredaktion med flera klimatreportrar.

Förutom utmaningar ser man även möjligheter. Jonathan Jeppsson på Aftonbladet menar att en stor mängd nyheter kommer kunna ses utifrån nya ögon på grund av klimatet. Att oavsett vad en nyhet handlar om kan man applicera miljöaspekten och se nyheten utifrån ett miljöperspektiv. Maria Stengård på DN är inne på samma bana att klimatfrågan kommer vara integrerad överallt och att i princip alla på redaktionen kommer att behöva besitta kunskap inom ämnet. Den gemensamma uppfattningen hos alla redaktioner är att miljöjournalistiken bara börjat sin uppåtgång.

## 8. Diskussion

Hur miljöjournalistiken kommer se ut framöver återstår att se. Utifrån tidigare forskning (Retriever, 2021; Djerf-Pierre, 2013; Schmidt m.lf., 2013) och redaktionernas egna uppfattningar har miljöjournalistiken fått större plats i mediebevakningen framförallt under de senaste fem åren. Enligt Djerf-Pierres (2013) forskning om uppmärksamhetscykler kan denna uppgång förklaras som en tillfällig peak som så småningom börjar dala igen. Lyssnar man på redaktionerna tror de snarare att uppgången bara börjat och att miljöjournalistiken kommer bli ännu viktigare och få mer utrymme framöver. Djerf-Pierre menar att uppgångar av miljörapportering ofta hänger ihop med att nya klimatrapporter har publicerats. När frågan ställs till redaktionerna (hösten 2021) publicerades den senaste IPCC-rapporten bara ett par månader tidigare. Redaktionerna tror att det finns flera anledningar till de senaste årens ökning - såväl nya IPCC-rapporter, som klimattoppmöten, att frågan blivit starkare på den politiska agendan, miljöproblem, mer frekvent extremväder och växande klimatengagemang.

Något att fundera närmare på är varför IPCC-rapporterna inte haft en större inverkan på medierna redan tidigare. Den första IPCC-rapporten publicerades redan 1990, borde då inte ämnet ha hamnat i strålkastarljuset för längesedan?

Tittar vi närmare på andra faktorer, exempelvis miljöintresse och klimataktivism, och Greta Thunberg - som flera redaktioner har nämnt och som dessutom ligger etta på Retrievers (2021) kartläggning över de mest frekvent nämnda namnen i klimatrapporteringen, kan man fråga sig:

Kan det ökade engagemanget kring miljöfrågan och klimataktivisterna som ställt politiker till svars, vara en förklaring till att miljö och klimat klättrat högre upp på den politiska agendan och därigenom fått ett ökat medieutrymme?

Kan det vara så att engagemanget bidragit till att FN:s klimatpanel, som larmat om nödläget i trettio år, tillslut blir uppmärksammat och lyssnade på?

Dessa tankar inte bara inger hopp om medborgarnas makt, utan kontrar också kraftigt alla dem som menat att "sitta på torget och skolstrejka för klimatet inte gör någon skillnad". Flera redaktioner nämner Thunberg som en bidragande orsak till den ökade miljörapporteringen. Hennes engagemang och genomslagskraft har lett till en global rörelse som i många fall skapat nyhetsvärde av saker som annars kanske inte skulle kvala in på medieagendan.

En annan intressant vinkel är att diskutera kriskommunikation och hur redaktionerna arbetar med krisjournalistik. Den krisjournalistik medierna tidigare hanterat har ofta haft ett snabbare förlopp. Det kan ha handlat om krig, olyckor och virusutbrott. Så var på skalan hamnar klimatkrisen, och hur arbetar man journalistiskt med en kris som sträcker sig över en väldigt lång tid? När går informationsfasen över till granskande och ansvarsutkrävande, eller måste allt göras parallellt och hur gör man i så fall det? Coronakrisen har definitivt varit, och är fortfarande, en form av kris som fått medierna att tänka om. Enligt Johansson och Truedsson (2021:8) är det flera redaktioner som ångrar att man inte under de tidiga presskonferenserna ställde kritiska frågor. I likhet med detta anser Jonathan Jeppsson på Aftonbladet att klimatjournalistiken tidigare inte varit tillräckligt ansvarsutkrävande och problematiserande.

Har journalistiken i längre kriser en tendens att fastna i informationsfasen för länge, vilket gör att den granskande journalistiken fördröjs, och i så fall, uppfyller journalistiken sitt uppdrag?

## 9. Förslag till vidare forskning

Under arbetet med uppsatsen har ett antal intressanta sidospår kommit upp som skulle kunna vara intressanta att undersöka vidare, men utanför ramarna av detta arbete. Nedan tar vi upp några infallsvinklar som skulle kunna användas till vidare forskning.

### 9.1 Rapporteringens påverkan och politisk miljörapportering

Det vore intressant att titta närmare på vilken påverkan rapporteringen har på människors uppfattning och förhållningssätt till miljön.

En möjlig riktning på detta skulle kunna vara att ur en politisk vinkel undersöka hur rapporteringen kring miljöjournalistik ser ut. Newman m.fl. (2020) undersöker hur stor andel som tycker att klimatfrågan är väldigt eller extremt viktig i två grupper, en som är högerpolitiskt orienterad och en vänster. Ungefär en av fyra på högersidan ansåg frågan vara mycket viktig, medan tre av fyra ansåg samma sak på vänstersidan. En intressant fråga till detta kunde vara hur väl denna statistik stämmer överens med politiskt färgade tidningar.

### 9.2 Journalistens förhållande til ämnet

Vi människor har olika uppfattning om miljöproblematiken och anser det mer eller mindre viktigt, sålika journalister. Även om man som journalist ska hålla sig till sin profession och hålla sig till sanningen kan ju ett bakomliggande intresse göra att man lägger mer eller mindre kraft på att få fram material. Har journalistens eget förhållande till miljöfrågor någon betydelse på hur det sen rapporteras, om än undermedvetet? Detta kan å andra sidan kopplas till alla ämnesområden men är intressant då vår uppfattning är att de vi pratat med och som har extra fokus på detta område, själva verkar tycka det är en viktig fråga att framföra.

### 9.2 Hur ska journalisterna bli klimatexperter?

En annan intressant fråga med hänvisning till svar från våra intervjuer vore att gräva djupare i vad varje redaktion gör för att säkerställa en kompetens eller utbilda sin personal inom prioriterade ämnen. En kartläggning över utbildningsinsatser, kurser eller riktlinjer att förhålla sig efter.

### 9.4 Miljöjournalistiken globalt

Slutligen vore en intressant synvinkel att jämföra det miljöjournalistiska arbetet i olika länder. Detta bland annat med bakgrund av tidigare forskning från Newman m.fl. (2020) som redovisar det varierande klimatintresset hos befolkningen i olika länder. Hur kan detta kopplas till miljöjournalistiken i landet? Ett intervju svar som vore intressant att spinna vidare på är Maria Eksedlers (SR) personliga erfarenheter från den brittiska mediebevakningen vad gäller klimatet samt hur den sett ut historiskt. När Eksedler lämnade Storbritannien 2009 såg hon ett helt annat medieklimat där jämfört med Sverige vid samma tid.

## 10. Referenslista

- Asp, K. (1986). *Mäktiga massmedier: Studier i politisk opinionsbildning* (Göteborg studies in politics ; 12). Stockholm: Akademilitteratur.
- Altheide, D., & Snow, R. (1979). *Media logic* (Sage library of social research, 89). Beverly Hills: Sage.
- Bremefors, C. (2007) *Ett klimat för miljönyheter - miljönyheter i Rapport 2006*. Uppsatsarbete. Göteborgs Universitet.
- Bryman, A. (2018). *Samhällsvetenskapliga metoder*. (Tredje upplagan). Stockholm: Liber.
- Djerf-Pierre, M. (2013) *Green metacycles of attention: Reassessing the attention cycles of environmental news reporting 1961–2010*. Göteborgs Universitet.
- Djerf-Pierre, M. & Olausson, U. (2019). Miljöjournalistik. I M. Karlsson & J. Strömbäck (Red.), *Handbok för journalistikforskning* (s. 227-239). Lund: Studentlitteratur AB
- Downs, A. (1972). *Up and down with ecology: The issue-attention cycle*. *The public*, 462-473.
- Ekström, M. & Larsson, L (2019). Kvalitativa intervjuer. I M. M. Ekström & B. Johansson (Red.), *Metoder i medie- och kommunikationsvetenskap* (s. 101-130). Lund: Studentlitteratur AB
- Esaiasson, P., Gilljam, M., Oscarsson, H., Towns, A.E. & Wängnerud, L. (2017). *Metodpraktikan: konsten att studera samhälle, individ och marknad*. (Femte upplagan). Stockholm: Wolters Kluwer.
- Galtung, J., & Ruge, M. H. (1965). The structure of foreign news: The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four Norwegian newspapers. *Journal of peace research*, 2(1), 64-90.
- Goodman, Michael & McNatt, Marisa & Boykoff, Max. (2021). *Communicating Climate Change in the Anthropocene: The dynamic cultural politics of climate change news coverage and social media around the world*. I den kommande utgåvan av Anders Hansen and Robert Cox (Red.) *International Handbook of Environment and Communication*, 2nd Edition. London: Routledge.  
URL: <https://scholar.colorado.edu/concern/articles/3j333318h>
- Hadenius, S., Weibull, L. & Wadbring, I. (2011). *Massmedier press, radio och tv i den digitala tidsåldern*. Johanneshov: TPB.
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2001). *What is news? Galtung and Ruge revisited*. *Journalism studies*, 2(2), 261-280.
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2017). *What is news? News values revisited (again)*. *Journalism studies*, 18(12), 1470-1488.
- Hernes, G., & Norge. (1978) *Maktutredningen*. Forhandlingsøkonomi og blandingsadministrasjon (Publikationer från Maktutredningen).

- Hvitfelt, H. (1985). *På första sidan: en studie i nyhetsvärdering*. Stockholm: Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar.
- Håkansson, N. (2019). Nyheter i public service och kommersiella etermedier: en jämförelse. I M. Karlsson & J. Strömbäck (Red.), *Handbok för journalistikforskning* (s. 351-362). Lund: Studentlitteratur AB
- Johansson, B. (2019). Varför driver journalister så ofta sin egen agenda?. I L. Truedson (Red.), *13 vassa frågor om journalistik - med svar som inte stryker medhårs*. (s.14-23). Stockholm: Institutet för mediastudier.
- Johansson, Bengt (2008) *Vid nyhetsdesken. En studie av nyhetsvärdering vid svenska nyhetsredaktioner*. (Studier i politisk kommunikation 19). Sundsvall: Demokratiinstitutet.
- Karlsson, M., & Strömbäck, J. (2019). *Handbok i journalistikforskning* (Andra upplagan ed.).
- Kvale, S., Brinkmann, S., & Torhell, S. E. (2014). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Studentlitteratur.
- Matthews, P. (2015). *Why are people skeptical about climate change? Some insights from blog comments*. Environmental Communication, 9(2), 153-168
- Newman, N., Fletcher, R., Schulz A., Andi, S. & Kleis Nielsen, R. (2020). *Reuters Institute Digital News Report 2020*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Nord, L. & Strömbäck, J. (2005). *Hot på agendan: en analys av nyhetsförmedling om risker och kriser*. Stockholm: Krisberedskapsmyndigheten.
- Odén, T., Djerf-Pierre, M. A. L., Ghersetti, M., & Johansson, B. (2016). *Kriskommunikation 2.0: Allmänhet, myndigheter och medier i det digitala medielandskapet*.
- Retriever & Vi i Skogen (2021). *Varmare klimat – iskall nyhet*. Stockholm: Botkyrka offset
- Romanello, M., McGushin, A., Di Napoli, C., Drummond, P., Hughes, N., Jamart, L., ... & Hamilton, I. (2021). *The 2021 report of the Lancet Countdown on health and climate change: code red for a healthy future*. The Lancet, 398(10311), 1619-1662.
- Schmidt, A., Ivanova, A., & Schäfer, M. (2013). *Media attention for climate change around the world: A comparative analysis of newspaper coverage in 27 countries*. Global Environmental Change, 23(5), 1233-1248.
- SOU (2016:30). *Människorna, medierna, marknaden. Medieutredningens forskningsantologi om en demokrati i förändring*. Stockholm: Fritzes.
- Strömbäck, J. (2014). *Makt, medier och samhälle : En introduktion till politisk kommunikation* (2. uppl. ed.).
- Strömbäck, J. (2019). Journalistikens nyhetsurval och nyhetsvärderingar. I M. Karlsson & J. Strömbäck (Red.), *Handbok för journalistikforskning* (s. 171-183). Lund: Studentlitteratur AB
- Strömbäck, J. (2019). Politisk nyhetsjournalistik. I M. Karlsson & J. Strömbäck (Red.), *Handbok för journalistikforskning* (s. 255-267). Lund: Studentlitteratur AB
- Truedson, L., & Johansson, B. (2021). Klarade journalistiken att bevaka coronapandemin?. I Truedson, L., & Johansson, B (Red), *Journalistik i coronans tid* (s.8). Stockholm: Institutet för mediastudier

Truedson, L. & Johansson, B. (red.) (2021). *Journalistik i coronans tid*. Stockholm: Institutet för mediastudier.

United Nations. Division for Sustainable Development (2015). *Transforming our world: the 2030 Agenda for sustainable development: A/RES/70/1*. New York: United Nations.

Vetenskapsrådet (2002). *Forskningsetiska principer inom humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning*. Stockholm: Vetenskapsrådet.

Weibull, L., Wadbring, I. & Ohlsson, J. (2011). *Det svenska medielandskapet: traditionella och sociala medier i samspel och konkurrens*. (Första upplagan). Stockholm: Liber.

## 11. Bilagor

### 11.1 Bilaga 1 (Informationsbrev)

#### **Studie i hur olika svenska nyhetsredaktioner förhåller sig till miljöjournalistik i nyhetsvärdering och rapportering.**

Du tillfrågas härmed om deltagande i denna undersökning.

Vi heter Miranda Smedberg och Hanna Josefsson och läser journalistprogrammet på Göteborgs universitet. I vår kandidatuppsats undersöker vi hur flera svenska nyhetsredaktioner arbetar med miljöjournalistik i nyhetsvärdering och rapportering. Därför har vi tillfrågat dig, i egenskap av nyhets/redaktionschef på en av Sveriges ledande nyhetsredaktioner, att delta i en kvalitativ intervju för att svara på några frågor kring hur just din redaktion ser ut.

Vi vill göra dig uppmärksam på att du **inte** kommer att erbjudas sekretess i vårt arbete. Såväl namn som yrkesroll kommer framgå i undersökningen. Material som samlas in kommer endast att användas under arbetet med studien.

Intervjuerna kommer att ske via Zoom och tidsåtgången beräknas vara runt en timme. Ljudet från intervjun spelas in för att sedan transkriberas. Vi kommer erbjuda dig möjligheten att ta del av transkriberingen så snart den är klar. Efter transkriberingen kommer ljudfilen raderas.

Frågorna kommer vara tydligt formulerade och endast kopplade till ämnet miljöjournalistik, förutom några grundläggande frågor kring redaktionens uppbyggnad, vilken arbetsroll du har och hur länge du arbetat som journalist. Om följdfrågor uppkommer i efterhand eller om vi är osäkra på om vi förstått dig korrekt kommer vi ta kontakt för att ställa eventuella kompletteringsfrågor.

Ditt deltagande är valfritt och du kan när som helst avbryta din medverkan.

När uppsatsen godkänts kommer den publiceras offentligt på internet av Göteborgs universitet.

**Genom att delta i intervjun godkänner du ovanstående.**

Har du några frågor om studien eller vill veta mer är du välkommen att ta kontakt med oss på [miranda.s.journalist@gmail.com](mailto:miranda.s.journalist@gmail.com).

Vänligen,

Miranda Smedberg och Hanna Josefsson



## 11.2 Bilaga 2 Frågeguide

### Frågeguide

Vi börjar med att fråga om du läst informationsbrevet vi skickat ut, och därmed är med på premisserna i intervjun?

Då börjar vi spela in nu.

Vi kommer inleda intervjun med att gå igenom några av begreppen vi använder oss av i frågeguiden:

**Miljönyheter:** Avser alla nyheter kopplade till miljörelaterade ämnen och klimatfrågor.

**Nyhetsvärdering:** De redaktionella arbetsprocesserna där man värderar möjliga nyheter för att kunna avgöra vilka som slutligen väljs ut.

**Urval:** Vilka nyheter som slutligen publiceras med hänsyn till nyhetsvärdering, medieplattformens format, mix osv.

**Frågorna är uppdelade utefter fyra teman: grundläggande information, nyhetsvärdering och urval, rapportering och redaktionellt.**

#### Grundläggande information

1. Vad har du för roll på redaktionen?
2. Hur länge har du arbetat som journalist?
3. Hur är er redaktion organiserad vad gäller miljöjournalistik mer specifikt?

#### Nyhetsvärdering och urval

4. Ser nyhetsvärderingen annorlunda ut beroende på vilket ämne det handlar om?
5. Hur jobbar man med miljönyheter i jämförelse med andra ämnen?
6. Finns det ett förutbestämt format, en plan för prioritet, hur stort utrymme olika ämnen bör/ska få? I så fall, hur stort utrymme får miljönyheter?
7. Om miljö och klimat som tema inte har sitt eget utrymme, varför är det så? Vilka ämnen har egna utrymmen på er redaktion?
8. Är det många miljörelaterade händelser och ämnen som inte värderas som nyheter, eller värderas som nyheter men ändå inte rapporteras om? I så fall, varför?

#### Rapportering

8. Hur upplever ni på er redaktion det är att rapportera om miljönyheter jämfört med andra ämnen? Finns det några märkbara utmaningar? I så fall vilka?
9. Vad krävs för att kunna rapportera om miljönyheter på ett lättbegripligt sätt? Krävs det egna ämnesjournalister som kan rapportera på ett lättbegripligt sätt?
10. Under coronapandemin har vi sett ett stort antal forskare och experter i media för att begripliggöra nyheterna på ett bra sätt. Tar man in experter och forskare också för att göra miljönyheterna greppbara? I vilken utsträckning? Varför/varför inte?

#### Redaktionellt

11. Kan alla på redaktionen jobba med miljönyheter?

12. Finns det personer på er redaktion (specialreportrar/ämnesreportrar) som enbart jobbar med miljöjournalistik? Hur många och på vilket sätt?
13. Hur har miljöjournalistiken ändrats på er redaktion? Finns det några brytpunkter?
14. Har er redaktion en uttalad riktlinje eller policy vad gäller miljöjournalistik?
15. Hur ser ni på framtiden vad gäller miljöjournalistiken?
16. Finns några planer framåt för att stärka miljöjournalistiken på er redaktion?