

# ”Att berätta om klimatet är min viktigaste uppgift”

**En kvalitativ intervjustudie om klimatjournalistik,  
nyhetsvärdering och uppmärksamhetscykler**

Av: Linn Lindblom Pääjärvi

Handledare: Malin Picha Edwardsson

Examinator: Urban Larssen

Södertörns högskola | Institutionen för samhällsvetenskaper

Kandidatuppsats 15 hp

Journalistik med samhällsstudier | Vårterminen 2023



## **Abstract**

Klimatfrågans plats i folks medvetande avgörs till stor del av hur mycket plats den får på mediernas agenda. Den mediala agendan i sin tur formas av journalistiska nyhetsvärderingar. Hur ser klimatnyheterna ut, och vilken roll spelar journalistiken i den större berättelsen om klimatförändringarna? Syftet med den här studien är att undersöka hur klimatnyheter värderas. För att göra det har jag använt mig av kvalitativa intervjuer med sex klimat- och miljöreportrar i Sverige. I analysen har jag använt mig av teorier om nyhetsvärdering, medielogik och mediernas dagordningsmakt, samt tidigare forskning om uppmärksamhetscykler, medielogik och nyhetsvärdering.

Resultaten visar att klimatnyheter behöver bygga på vetenskap och fakta. De behöver vara lättbegripliga, konkreta och ligga nära människors vardag, utan att för den skull ignorera forskningsläget och den större bilden av klimatfrågans komplexitet. Det finns en poäng med hoppfulla och konstruktiva nyheter om klimatet, men samtidigt ska verkligheten inte skönmålas eller döljas. Journalistik om klimatet präglas till viss del av en cyklisk rapportering, med bland annat internationella händelser som nyhetskrokar, men det finns gott om andra kriterier för nyhetsvärdering värda att undersöka. Medielogik spelar viss roll för nyhetsvärderingen och klimatfrågan utmanar dess gränser.

Klimatfrågan är angelägen och journalisterna poängterar vikten av att den når ut till publiken, men det är inte alltid den gör det i den utsträckning som journalisterna skulle önska. Det finns en medvetenhet hos de intervjuade journalisterna om mediernas dagordningsmakt, och de betonar resurserna som journalistiken har för att hjälpa publiken att ta till sig och förstå allvaret i klimatkrisen.

**Nyckelord: Klimat, miljö, nyhetsvärdering, uppmärksamhetscykler, dagordningsbyggande**

## Innehåll

|  |    |
|--|----|
| <b>1. Inledning</b> .....                                    | 1  |
| <b>2. Bakgrund</b> .....                                     | 2  |
| <b>3. Syfte &amp; frågeställningar</b> .....                 | 3  |
| <b>Frågeställningar</b> .....                                | 3  |
| <b>4. Tidigare forskning</b> .....                           | 3  |
| <b>4.1 Vetenskapligt och komplext</b> .....                  | 4  |
| <b>4.2 Risk för aktivism?</b> .....                          | 5  |
| <b>4.3 Uppmärksamhetscykler</b> .....                        | 6  |
| <b>4.4 Nyhetsvärdering</b> .....                             | 7  |
| <b>5. Teori och teoretiska begrepp</b> .....                 | 8  |
| <b>5.1 Nyhetsvärdering</b> .....                             | 8  |
| <b>5.2 Dagordningsteori</b> .....                            | 9  |
| <b>5.3 Medielogik</b> .....                                  | 10 |
| <b>6. Metod</b> .....  | 11 |
| <b>6.1 Metodval</b> .....                                    | 11 |
| <b>6.2 Urval och material</b> .....                          | 12 |
| <b>6.3 Etik</b> .....  | 13 |
| <b>6.4 Genomförande</b> .....                                | 14 |
| <b>6.5 Metoddiskussion och min roll som forskare</b> .....   | 15 |
| <b>7. Resultat</b> .....                                     | 17 |
| <b>7.1 ”Konkret och vardagsnära”</b> .....                   | 17 |
| <b>7.2 Klimatet som ödesfråga</b> .....                      | 19 |
| <b>7.3 Journalistikens roll i klimatfrågan</b> .....         | 20 |
| <b>7.3.1 Opartiskhet och balans</b> .....                    | 20 |
| <b>7.3.2 Ansvar gentemot publiken</b> .....                  | 21 |
| <b>7.4 Arbetsdag, organisation och medielogik</b> .....      | 22 |
| <b>7.5 Klimatjournalistikens uppmärksamhetscykler</b> .....  | 23 |
| <b>7.6 Balansen mellan intresse och vikt</b> .....           | 24 |
| <b>8. Analys</b> .....                                       | 25 |
| <b>8.1 ”Konkret och vardagsnära”</b> .....                   | 26 |
| <b>8.2 Klimatet som ödesfråga</b> .....                      | 27 |
| <b>8.3 Journalistikens och journalisternas roll</b> .....    | 28 |
| <b>8.4 Medielogikens påverkan på nyhetsvärderingen</b> ..... | 29 |
| <b>8.5 Klimatjournalistikens uppmärksamhetscykler</b> .....  | 30 |
| <b>9. Slutsatser</b> .....                                   | 32 |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>9.1 Forskningsfråga 1: Hur värderas potentiella klimatnyheter bland de intervjuade? .....</b>  | <b>32</b> |
| <b>9.2 Forskningsfråga 2: Hur ser nyhetsvärderingen ut i relation till medielogiken? .....</b>  | <b>33</b> |
| <b>9.3 Forskningsfråga 3: I vilken mån styr nyhetsvärderingen av uppmärksamhetscykler? .....</b>  | <b>34</b> |
| <b>9.4 Forskningsfråga 4: Hur ser de intervjuade journalisterna på sin, och journalistikens roll, i att rapportera om klimatet? .....</b> | <b>35</b> |
| <b>10. Diskussion .....</b>   | <b>36</b> |
| <b>11. Förslag till vidare forskning .....</b>  | <b>37</b> |
| <b>Referenslista.....</b>   | <b>38</b> |
| <b>Bilagor .....</b>  | <b>41</b> |

# 1. Inledning

*”På senare år har jag flera gånger förbannat mig själv för att jag inte tidigare tog klimatet på större allvar [...] Klimatförändringen är inte bara på riktigt, den undergräver på ett genomgripande sätt livsbetingelserna på jorden”.*

Så skrev Peter Wolodarski, chefredaktör och ansvarig utgivare på *Dagens Nyheter*, i en ledarkrönika den 25 oktober 2020. Krönikan tillkännagav att den svenska klimataktivisterna Greta Thunberg under en hel dag skulle agera chefredaktör för DN. Bakgrunden till det inte helt okontroversiella beslutet låg bland annat i den kritik Thunberg framfört mot DN och flera andra svenska medier när det gällde hur de hanterat klimatkrisen. Wolodarski (2020) jämförde klimatet med DN:s rapportering om Covid-19 och menade att om medierna klarade av att behandla pandemin som den kris den de facto var, borde det gå att göra samma sak med klimatet.

Att klimatförändringarna är på riktigt är det få som tvivlar på. Det som händer med vårt klimat har, och kommer att ha, betydelse för hela jordens befolkning. Således har klimatfrågan redan uppfyllt nyhetsvärderingens två viktigaste kriterier: Sanning och relevans. Det råder heller inga tvivel om att medierna spelar en central roll i att lyfta fram och definiera aktuella samhällsfrågor. Att som DN låta en av Sveriges, rentav världens, mest profilerade klimataktivist ta rollen som chefredaktör för en dag är ett initiativ som inte liknar något annat, åtminstone inte i en svensk kontext. Därmed inte sagt att klimatfrågan i övrigt passerar obemärkt förbi på den mediala agendan. Tvärtom, faktiskt. Men varför ser den svenska rapporteringen om klimatförändringarna ut som den gör? Hur tänker journalisterna som bygger den klimatjournalistiska dagordningen, vilken i sin tur formar publikens dagordning? Hur skapas och värderas nyheter om miljö och klimat?

I den här studien intervjuas sex journalister som alla arbetar med att bevaka klimat- och miljöfrågor. Genom att ställa frågor om färdigt nyhetsinnehåll och hur de tänker kring sitt arbete och nyhetsproduktionen har jag kunnat skapa en bild av hur potentiella klimatnyheter värderas, vilken roll medielogiken spelar i värderingen och i förlängningen vilken roll journalistiken spelar när det gäller att upplysa och utbilda om klimatet. Studien gör inget anspråk på att generalisera resultaten för hela Sveriges klimatjournalister och är, givet den begränsade omfattningen, långt ifrån heltäckande. Men den är ett försök att förstå den komplexa verklighet som det innebär att rapportera om vår tids ödesfråga.

## 2. Bakgrund

Under 1960-talet hittade miljöfrågorna för första gången på allvar till nyhetsmediernas agenda (Djerf-Pierre 2013). Boken *Tyst vår (Silent spring)* av den amerikanska författaren Rachel Carson beskrivs som något av en väckarklocka, i synnerhet i en internationell kontext. De tidiga nyheterna under 1960 och 1970-talet handlade ofta om miljöproblem, föroreningar och utsläpp, i Sverige av kvicksilver (Djerf-Pierre & Olausson 2019). Under 1970-talet började journalistiken på allvar diskutera miljöproblemen som ett hot mot vår livsmiljö på planeten och riktade kritik mot industrier och statliga myndigheter. Den första reportern som hade som huvuduppgift att bevaka klimatet anställdes på *Rapport* år 1970. Före det hamnade klimat- och miljöfrågor ofta på vetenskapsjournalisternas bord, alternativt på politikreportrarna eller utrikesreportrarna, beroende på innehållet (Djerf-Pierre 2013).

I slutet av 1980-talet fick klimatet och den globala uppvärmningen stor uppmärksamhet, troligen som en effekt av katastrofen i Tjernobyl (Djerf-Pierre 2012). Under 90-talet skiftade fokus till journalistik som handlade om individuella frågor, alltså hur den enskilda individen ska agera för att tackla miljöproblemen, som en del i ett samhällsklimat som kom att präglas av marknadsliberalismens intåg. Även 2007 var ett toppnoterat år för klimatet, åtminstone i SVT. Johansson (2008, s. 51) beskriver hur *Svenska Dagbladet*, när klimatfrågan under det sena 2000-talet fick ökat intresse, återanställde en reporter som skulle vara speciellt inriktad på klimatet. Redaktörerna behövde helt enkelt hjälp att ”sälla” i mängden med rapporter och fakta. Tidigare hade man i stället bantat ner redaktionen eftersom man ansåg det ”en lyx” att ha en journalist som var specialiserad på klimatet (ibid.).

Under 2000-talet skedde ett fokusskifte från miljö till klimat- och klimatförändringar (Djerf-Pierre 2013; Johansson 2008). I samband med klimatmötet COP15 i Köpenhamn år 2009 publicerade 56 tidningar runtom i världen en gemensam redaktionell uppmaning till handling för att bromsa klimatförändringarna (Eide 2012). Bakom initiativet stod brittiska *The Guardian*. Drygt 10 år senare, den 17 maj 2019 meddelade tidningen att man i stället för klimatförändringar skulle börja använda ord som *klimatkris* och *klimatnödläge*. *Global heating* skulle användas i stället för *global warming* (Carrington 2019).

Under 2010-talet har journalistiken präglats av ett i övrigt polariserat media- och samhällslandskap, sociala mediers intåg som källa till information och en ökande förekomst av miljö- och klimataktivism (Djerf-Pierre & Olausson 2019). Nyheter om klimatet och

klimatförändringarna får störst plats i nyheterna, men det betyder inte nödvändigtvis att andra miljönyheter får mindre plats (Egan Sjölander 2016). Som vi ska se under studiens gång är skiljelinjen dem emellan inte alltid glasklar.

I skrivande stund verkar rapporteringen om klimatet vara här för att stanna, i såväl svensk public service-radio och tv som i den nationella, regionala och lokala pressen. Den redaktionella struktureringen ser lite olika ut och antalet reportrar som fokuserar på klimatet varierar, men klimatet syns och finns, såväl i den dagliga nyhetsrapporteringen som i specialprogram och satsningar dedikerade till klimat och miljö.

### **3. Syfte & frågeställningar**

Syftet med den här uppsatsen är att undersöka hur potentiella klimatnyheter värderas innan de slutligen når nyhetssidorna, vilken påverkan medielogiken har på nyhetsvärderingen och vilken roll journalistiken har i en större berättelse om klimatet. Uppsatsen ska också undersöka hur reportrar som arbetar med klimatfrågan nyhetsvärderar för att lyfta klimatfrågan på den mediala agendan och därmed förhålla sig till de uppmärksamhetscykler som forskning visat att klimatjournalistiken präglats av.

#### **Frågeställningar**

1. Hur värderas potentiella klimatnyheter bland de intervjuade journalisterna?
2. Hur ser nyhetsvärderingen ut i förhållande till medielogiken?
3. I vilken mån styrs nyhetsvärderingen av uppmärksamhetscykler?
4. Hur ser de intervjuade journalisterna på sin, och journalistikens roll, i klimatbevakningen?

### **4. Tidigare forskning**

I det här kapitlet presenteras tidigare studier inom miljö- och klimatjournalistik respektive nyhetsvärdering. Forskningsfältet om miljö- och klimatjournalistik är stort och mångfacetterat. En ansevärd del av forskningen har, som tidigare nämnts, fokuserat på eller åtminstone berört fenomenet uppmärksamhetscykler. Därför presenteras ämnet här under en egen rubrik. En stor del av forskningen har också behandlat källornas påverkan på klimatjournalistiken och hur

grupper med olika intressen använder media för att nå ut med sitt budskap (Djerf-Pierre & Olausson 2019; Lester 2010). Nedan följer en fördjupning av studier som på olika sätt behandlar hur klimatjournalister hanterar klimatfrågans komplexitet och höga grad av vetenskaplighet, samt den hårfinna gränsen mellan objektivitetsidealet och ett mer ställningstagande engagemang.

#### 4.1 Vetenskapligt och komplext

Forskning om miljö- och klimatjournalistik visar tydligt att klimatfrågan är stor och svårbegriplig, inte bara för den allmänna publiken utan också för de journalister som har i uppgift att skildra den. Utvecklingen går långsamt och är svår att se med blotta ögat. Det vi vet om klimatet redovisas oftast i avancerade vetenskapliga prognoser och rapporter vilket innebär en utmaning eftersom journalistik i allmänhet och nyhetsjournalistik i synnerhet behöver vara snabb och konkret (Djerf-Pierre och Olausson 2019). I en kartläggning av nyhetsinnehållet i 10 000 artiklar i svensk lokal, regional och riksmidia år 2007 respektive 2014 konstaterar Egan Sjölander (2016) att endast 2% handlar om miljö, klimat eller djurfrågor. Hon menar att den låga siffran kan förklaras av att frågorna är svåra att skildra, eftersom de sällan kan konkretiseras i ”specifika, visualiserbara händelser och beslut” (Egan Sjölander 2016, s. 108).

För att klimatfrågan ändå ska behålla sin plats på nyhetsagendan och nå publiken krävs att reportrar som arbetar med frågan använder sin ”journalistiska kreativitet” (Berglez 2011). Med utgångspunkt i teorin om medielogik och med hjälp av intervjuer med 14 klimat- och miljöreportrar redovisar Peter Berglez tre olika sätt att förhålla sig till relationen mellan klimatet och medielogiken; *inside, outside and beyond* (Berglez 2011). Klimatfrågan kan, sin abstrakta natur till trots, anpassas till medielogikens ramar genom att göra nyheter av så konkreta händelser och fenomen som möjligt, till exempel risk för översvämningar och dess konsekvenser (Berglez 2011, s. 455). Å andra sidan kan klimatjournalistiken komma att bidra till en förändrad medielogik, bland annat eftersom klimatet genomsyrar flera bevakningsområden som traditionellt bevakas separat, till exempel ekonomi och politik (Berglez 2011).

Olausson och Berglez (2014, s. 251) diskuterar hur mediediskursen om klimatförändringarna har gått från att främst vara vetenskaplig till att handla om allt från politik till livsstil, och poängterar att mer forskning behövs för att bättre förstå hur de olika diskurserna samspelar



med varandra. Anderson (2009) poängterar vikten av att en analys av klimatförändringarna i nyhetsrapporteringen måste ske med hänsyn till den alltmer koncentrerade och globaliserade ägarstrukturen av nyhetsmedierna.

## 4.2 Risk för aktivism?

Eftersom forskningen är relativt överens om att klimatförändringarna är på riktigt och orsakas av människor får klimatskeptiker sällan utrymme i media (Djerf-Pierre & Olausson 2019). Däremot går åsikterna isär kring hur klimatförändringarna ska bekämpas och likaså vilken roll journalistiken har i den kampen. Miljö- och klimatjournalistik, i synnerhet journalistik om klimatförändringarna, anklagas ibland för att vara ”aktivistisk”. Lester (2010, s. 78) menar att det delvis kan förklaras av journalistikens ambition att granska aktörer som orsakar, eller har makten att göra något åt, klimatförändringarna. Således kan det se ut som att klimatjournalisterna har samma mål som klimataktivisterna. Att överge den granskande klimatjournalistiken till förmån för en strikt vetenskaplig rapportering är inte heller ett alternativ, eftersom det skulle kunna göra att klimatet sjunker i nyhetsvärde (Lester 2010, s. 79).

Rhaman (2012) poängterar att ställningstagande journalistik (*advocate journalism*) inte nödvändigtvis behöver gå stick i stäv med de objektivitets-, - och neutralitetsideal som traditionellt förknippas med journalistik. Journalistiska ideal förstås och praktiseras på olika sätt beroende på kulturell och geografisk kontext, menar han. Han hänvisar till journalistiken som ett verktyg för att granska makten och ställa sig på ”de utsattas sida”, och journalistikens roll i att skapa ett bättre samhälle historiskt, till exempel under anti-apartheidkampen i Sydafrika (Rhaman 2012, s. 147). Vissa värderingar är universellt humanistiska, menar Rhaman, och därför finns det ingen motsättning mellan journalistiskt arbete och att ta ställning i klimatfrågan, som enligt honom kan förstås som ”a case of global injustice” (Rhaman 2012, s. 146).

### 4.3 Uppmärksamhetscykler

Det står klart i såväl svensk som internationell forskning att intresset för klimatet fluktuerar i cykliska mönster. Anthony Downs (1972) myntade begreppet uppmärksamhetscykler (*issue-attention cycle*) för att beskriva hur den amerikanska publikens intresse för olika samhällsproblem varierade över tid, med fokus på klimatfrågan. Han ville förstå hur det kom sig att den amerikanska publikens uppmärksamhet ökade i snabbare takt än de faktiska klimatförändringarna, och trodde att teorin om uppmärksamhetscykler kunde ge ett svar på det. För att en samhällsfråga ska gå igenom en uppmärksamhetscykel menade Downs att den kännetecknas av vissa gemensamma kriterier; den drabbar en minoritet av befolkningen, samtidigt som problemet bottnar i mekanismer som ger fördelar åt majoritetssamhället. Dessutom, menar Downs, är samhällsfrågan beroende av till exempel demonstrationer eller andra ”intrinsically exciting qualities” för att hålla liv i uppmärksamheten (Downs 1972, s. 41–42).

Downs menade att uppmärksamhetscykeln består av fem stadier; *pre-problem*, *alarmed discovery and euphoric enthusiasm*, *realizing the cost of significant progress*, *gradual decline of intense public interest* och slutligen *post-problem* (Downs 1972, s. 39–40). Vid tidpunkten för studiens publicering ansåg han att klimatfrågan befann sig någonstans i mitten av cykeln. Den amerikanska publiken, menade Downs, hade börjat förstå att en lösning på problemet med klimatfrågan skulle kräva stora uppoffringar. I artikeln förutspådde han att den amerikanska publikens fokus så småningom skulle skifta från klimatfrågan. Det skulle dock inte ske över en natt, menade han. Begreppet uppmärksamhetscykler har sedan Downs studie använts för att förstå och beskriva hur mediernas intresse för klimatfrågan fluktuerat över tid. Dock bör påpekas att det inte var medierna som Downs avsåg med aktören som riktar uppmärksamhet mot klimatfrågan, utan publiken.

Djerf-Pierre (2012) poängterar att även om forskningen i stort pekar på att uppmärksamheten för klimatfrågan följer ett cykliskt mönster skiljer sig resultaten något beroende på hur forskarna valt att använda begreppet uppmärksamhetscykler. Hon introducerar begreppet *metacycles* och använder det för att hänvisa till hur uppmärksamheten kring klimatfrågan fluktuerat över tid. *Issue-cycles* å andra sidan, använder hon för att beskriva hur

uppmärksamheten varierat kring vissa enskilda händelser och därmed bidragit till uppmärksamheten klimatfrågan fått ”som helhet” (Djerf-Pierre 2012). Internationella klimatmöten, nya IPCC-rapporter och andra stora, globala event tenderar att ge klimatfrågan större plats på den svenska nyhetsagendan. Andra katastrofer, som krig och ekonomiska kriser, gör däremot att klimatet får mindre plats i nyhetsflödet (Djerf-Pierre 2012; Djerf-Pierre & Olausson 2019).

#### **4.4 Nyhetsvärdering**

Forskning om nyhetsvärdering och nyhetsurval finns det gott om. Något förenklat kan nyhetsvärdering förstås som en process som föregår nyhetsurvalet, där olika nyheter värderas mot varandra (se kapitlet om teori). Nyhetsvärdering studeras oftast med olika typer av redaktionsstudier, till skillnad från nyhetsurval som oftast studeras genom innehållsanalyser (Strömbäck 2019). Forskning om nyhetsvärdering och nyhetsurval har visat att det finns vissa skillnader mellan vilka kriterier journalister anser bör styra nyhetsvärderingen (normativ betydelse), och vilka kriterier som har faktisk betydelse för om en händelse blir en publicerad nyhet eller inte (Strömbäck 2019, s. 174). Faktorer som relevans och påverkan på människors vardagsliv har större normativ betydelse, medan faktorer som den enskilda journalistens intresseområden och sensationella och konfliktfyllda händelser har större faktisk betydelse (ibid.).

Bengt Johansson (2008) har studerat nyhetsvärdering genom observationsstudier vid nyhetsdesken på dåvarande Dagens Eko, Svenska Dagbladet och Rapport. Studien visar att tänket är snarlikt mellan de tre olika redaktionerna: nyheter ska både vara intressanta för publiken och bedömas som viktiga att ta del av. Resultaten sticker heller inte ut i jämförelse med tidigare forskning om kriterier för nyhetsvärdering (ibid.).

I resultatet målar Johansson upp en bild av nyhetsvärdering som en ”starkt rutinerad verksamhet”, men lyfter också undersökningar som visar på enskilda journalisters självständighet och möjligheter att röra sig inom de ramar som finns (Johansson 2008, s.6). I ett avsnitt om att bevaka kriser har Johansson använt sig av hur just klimatkrisen bevakas på Svenska Dagbladet. Han diskuterar hur klimatförändringarna gått från att vara en nyhet ”i sig” till att fungera som en nyhetskrok åt andra nyheter, till exempel ekonomi eller potentiella tekniska lösningar (Johansson 2008, s. 52–53). Han tar också upp förekomsten av reportrar som är specialiserade på just klimatet och menar att det finns en inneboende konflikt mellan

dem och deras redaktörer som syns i nyhetsvärderingen och nyhetsurvalet (Johansson 2008, s. 52). Reportrarna anser att redaktörerna inte förstår hur viktigt just deras ämne är, och redaktörerna menar att reportrarna saknar nödvändigt nyhetsfokus (ibid.).

## 5. Teori och teoretiska begrepp

I teorikapitlet presenteras på ett överskådligt och kortfattat sätt teorier om och definitioner av nyhetsvärdering, *agenda-setting* och medielogik. Jag motiverar varför de är viktiga för studien och på vilket sätt de ska användas.

### 5.1 Nyhetsvärdering

Inom journalistikforskningen skiljer man på begreppet nyhetsvärdering och nyhetsurval. Nyhetsvärdering kan förstås som en process som föregår nyhetsurvalet, där potentiella nyheter värderas och vägs mot varandra, av den enskilda journalisten eller i redaktionella processer. Nyhetsurvalet är vad som faktiskt hamnar i tidningen eller sänds i TV- eller radioprogrammet och studeras vanligen genom innehållsanalyser (Strömbäck 2019). Johansson (2008) tar upp vad journalisterna tror att publiken är intresserad av, och vad de bedömer som viktigt för publiken att veta, som två motstridiga faktorer när det kommer till nyhetsvärdering och nyhetsurval. Galtung och Holmboes *The structure of foreign news* (1965) omnämns av Strömbäck som en av de mest framträdande studierna inom området nyhetsvärdering och nyhetsurval (Galtung & Holmboe 1965; se Strömbäck 2019).

Galtung och Holmboe Ruge (1965) identifierade åtta faktorer som avgörande för om en händelse blir en nyhet. En händelse, eller ett fenomen, behöver vara konkret och ha ett begränsat antal tolkningsmöjligheter, det vill säga det ska inte finnas så mycket utrymme för att tillskriva en händelse olika betydelser. Det ska vara relevant för den tilltänka publiken och passera någon slags (svårdefinierad) tröskel av allvar och medföra tillräckligt stora konsekvenser. Det ska vara något oväntat i det förväntade, vilket på ett ungefär betyder att det ska vara något som sticker ut eller överraskar *inom* en slags given nyhet- och händelseram. En fördel är också om händelsen passar mediernas publiceringsrytm; gärna något som händer och utvecklas snabbt, samt om händelsen utgör ett bra komplement till dagens övriga nyheter. Om tidningen är fylld av faktatunga eller nyheter med negativ prägel får en mer lättsam och positiv händelse slagsida. När en händelse väl blivit en nyhet fungerar den som en nyhetskrok åt andra händelser inom samma ämne (Galtung & Holmboe Ruge 1965; Strömbäck 2019).

Dessutom identifierar Galtung och Holmboe Ruge ytterligare fyra faktorer som de bedömer extra relevanta för västvärlden, eller det globala nord. En händelse är extra intressant om den berör *elitpersoner* eller *elitnationer*. Eliten, oavsett om det handlar om personer eller nationer, fungerar som ”generell identifikation” (Galtung & Holmboe Ruge 1965, s. 68). Det har också betydelse huruvida en händelse kan ses som en konsekvens av en enskild persons handlingar eller beslut, och hur negativa konsekvenserna blir av en händelse (Galtung & Holmboe Ruge 1965; Strömbäck 2019).

För att testa teorin analyserade Galtung och Holmboe Ruge hur fyra norska tidningar rapporterade om tre internationella kriser (Kongo, Cypern och Kuba). Att en händelse blir en nyhet kan, enligt Galtung och Holmboe Ruge, förklaras med att händelsen antingen passar in på så många som möjligt av de 12 nyhetsfaktorerna (den additiva hypotesen) eller, och det här lägger de störst vikt vid i sin analys, att nyheter som innehar ett lågt värde på en faktor kompenseras av ett högt värde på en eller flera andra, nämligen den kompletterande hypotesen (Galtung & Holmboe Ruge 1965, s. 71–72). I slutet av artikeln för de en diskussion om att journalister bör röra sig ifrån, eller ”counteract” de traditionella kriterierna för nyhetsvärderingar.

Trots att Galtung och Holmboe Ruges studie har ett antal år på nacken är deras slutsatser om vad som gör att en händelse blir en nyhet aktuella även idag. I den här studien ska deras nyhetskriterier matchas med exempel på och motiveringar till nyheter som de intervjuade journalisterna lagt fram.

## **5.2 Dagordningsteorin**

Dagordningsteorin, eller *agenda setting theory*, används för att förklara mediernas makt över vilka frågor som publiken anser är viktiga och relevanta. Inom dagordningsteorin brukar man tala om den mediala dagordningen, den politiska dagordningen och slutligen allmänhetens dagordning (Strömbäck 2014). Begreppet dagordning används för att förklara hur olika sakfrågor, men också personer (oftast politiker) rangordnas efter uppmärksamhet och relevans (Shehata 2019). Den här studien intresserar sig endast för sambandet mellan mediernas och allmänhetens dagordning. Mekanismerna bakom dagordningsteorin kan förklaras av hur människor lär sig och processar information, även om det inte är helt klarlagt hur medveten denna inlärningsprocess är (Shehata 2019, s. 339).

Forskningen om mediernas dagordningseffekter är omfattande, men McCombs & Shaw (1972) lyfts fram som en av de tidigaste studierna på området. Under den pågående presidentvalskampanjen i USA 1968 undersökte McCombs och Shaw vilka frågor som var viktigast för väljarna i Chapel Hill. De jämförde sedan svaren med innehållet i de medier som väljarna konsumerade. Det visade sig att frågorna som medierna la störst vikt vid återspeglades i väljarnas svar på vilka frågor de ansåg vara viktigast. Dessutom kunde undersökningen visa att det inte spelade någon större roll att presidentkandidaterna la större eller mindre vikt vid olika frågor. Väljarnas åsikter reflekterade sammansättningen av nyheterna som helhet, vilket enligt McCombs och Shaw (1972, s. 181) tydde på att det var förekomsten av frågorna i medierna som var det viktigaste, inte vilken presidentkandidat som lyfte dem.

Utöver agenda setting rymmer dagordningsteorin också begreppet *agenda building*, eller dagordningsbyggande (Shehata 2019). Medier sätter agendan, men medier bygger och utformar också samma agenda genom journalistiskt arbete, nyhetsvärderingar och nyhetsurval, och källornas påverkan. Till skillnad från agenda setting, som ofta studeras med hjälp av innehållsanalyser och opinionsundersökningar (McCombs & Shaw 1972; Shehata 2019) studeras agenda-building vanligen genom redaktionsstudier, för att på så sätt kartlägga hur den mediala agendan ”snickras ihop” bakom kulisserna (Shehata 2019, s. 340).

Eftersom det huvudsakliga syftet med den här studien har varit att kartlägga hur klimatnyheter värderas är agenda building ett relevant begrepp. Även om jag inte primärt studerat relationen mellan mediernas och publikens dagordningar genom en innehållsanalys respektive opinionsundersökning förhåller sig journalisterna jag intervjuat på ett eller annat sätt till mediernas dagordningsmakt, och reflekterar över den. De uppvisar en medvetenhet om att en högt prioriterad klimatfråga på mediernas dagordning sannolikt också innebär en högt prioriterad klimatfråga på allmänhetens dagordning.

### **5.3 Medielogik**

Begreppet medielogik kan syfta på många olika saker, men som namnet antyder handlar det om olika aspekter av hur medier fungerar. Altheide och Snow (1979) diskuterar media som en typ av kultur och menar att medielogiken är nödvändig för att förstå mediernas roll i samhället, eftersom den i hög grad styr hur medierna ”paketerar” sin information och därmed indirekt hur publiken uppfattar informationen. På ett mer abstrakt plan ingår normer och

rutiner, arbetssätt och värden som objektivitet och opartiskhet (Altheide & Snow 1979; Berglez 2011) i mediernas logik. Strömbäck (2019) beskriver medielogiken som ett slags tredje ben vid sidan av nyhetsvärdering och nyhetsurval, i den bemärkelsen att mediers olika format, stil och yrkesmässiga normer till stor del avgör vad som blir nyheter eller inte.

Under medielogikens rent praktiska kategorier kommer sådant som finansiering in; skattefinansierade public service-medier kontra kommersiella medier till exempel. Olika typer och format av medier erbjuder olika berättarförutsättningar, och det kan rentav sägas att nyhetsinnehållet är en bättre spegling av organisationsstruktur och produktionsvillkor än av den faktiska verkligheten. Vidare finns olika, enskilt anpassade format för olika mediers tekniska förutsättningar; längd och antal tecken för artiklar, disposition i ett TV-program i till exempel rapport eller hur telegram och nyhetsinslag varvas i ett radioprogram (Ghersetti 2012).

Mediologiken syns i hur journalisterna kan behöva anpassa sig till olika format när de väljer ut vad som ska bli nyheter, deras tankar om marknaden, behovet av finansiering och läsare, - tittare, - och lyssnarsiffror. Intervjupersonerna uttryckte också tankar om hur klimatbevakningen struktureras, eller kanske bör struktureras upp (Ghersetti 2012).

## **6. Metod**

I det följande kapitlet redovisar jag undersökningens metod. Jag motiverar varför jag anser att kvalitativa intervjuer är den bäst lämpade metoden för att besvara mina forskningsfrågor och beskriver hur jag har gått till väga rent praktiskt. Jag avslutar med en metodreflektion där jag diskuterar eventuella problem och nackdelar med metoden, samt min roll som forskare och vilken inverkan jag kan ha haft på intervjuernas innehåll.

### **6.1 Metodval**

Eftersom studien avser undersöka nyhetsvärdering i klimatjournalistiken har jag valt att genomföra kvalitativa intervjuer med journalister som bevakar klimat- och miljöfrågor. När jag skriver klimat- och miljöreportrar menar jag personer som bevakar klimatfrågor, miljöfrågor, eller båda delarna. Huruvida svenska medier skiljer på nyheter om klimatet och miljön eller inte är lite olika. I stort sett ligger det under samma paraply, även om ämnen i enskilda artiklar eller nyhetsinslag kan skilja sig åt. För den här studien har jag valt att tänka brett och indirekt slagit samman frågor som handlar om miljö och klimat, med ett

övervägande fokus på klimatförändringarna. Vissa av mina intervjupersoner benämns som klimatreportrar, andra som miljöreportrar. Någon är allmänreportrar med särskilt fokus på, eller ett särskilt intresse för, miljö och klimat. Jag har inte strävat efter att hitta journalister med ett visst antal år av erfarenhet inom klimatbevakning. Gemensamt för dem alla är, helt enkelt, att de bevakar händelser och gör nyheter om miljö och klimat.

Kvalitativa intervjuer är lämpliga för att undersöka enskilda personers resonemang, tankar, upplevelser och känslor (Trost 2010). Kvalitativa intervjuer är också lämpliga för att förstå *hur* och *varför* verkligheten, (klimatjournalistiken i mitt fall) ser ut som den gör. Det ska dock påpekas att det inte är nyhetsinnehållet per se som jag avser att förklara, utan snarare tanken bakom en ”bra” klimatnyhet, och i förlängningen hur nyhetsinnehållet skulle kunna (eller kanske borde) se ut.

För att förstå vad som utmärker en bra klimatnyhet är det rimligt att fråga de som arbetar med att göra just klimatnyheter. Nyhetsvärdering är en process som sker inom den enskilda journalisten, i samtal med kollegor och redaktörer, eller helt enkelt som en del av en arbetsrutin på en redaktion. Nyhetsvärderingen går inte att studera enbart genom innehållsanalys av färdiga inslag eller artiklar, eftersom det finns en rad andra faktorer vid sidan av nyhetsvärde som avgör om en händelse kvalificerar sig för nyhetssidorna. Mot bakgrund av det anser jag att kvalitativa intervjuer är nödvändiga för att förstå hur journalister som arbetar med att bevaka klimat- och miljöfrågor resonerar kring vad som kännetecknar en bra klimatnyhet.

## **6.2 Urval och material**

Eftersom studiens syfte är att, genom kvalitativa intervjuer, undersöka nyhetsvärdering i klimatjournalistiken blir urvalet begränsat till personer som, i rollen som reporter, har klimat- och miljöfrågor som bevakningsområde. Ekström och Larsson (2019, s. 113) beskriver urvalsprocessen vid kvalitativa intervjuer som strategisk. I kontrast till den kvantitativa undersökningens slumpmässiga urval är det vid kvalitativa intervjuer ännu viktigare att leta efter personer (journalister i det här fallet) som besitter särskilda egenskaper viktiga för studien (ibid.). Eftersom kvalitativa metoder till skillnad från kvantitativa inte används för att dra generella slutsatser om en större population är urvalets storlek heller inte av samma betydelse. Trost (2010, s. 143) anser att en kvalitativ intervjustudie bör bestå av 4–8 intervjuer. Även om syftet med kvalitativa intervjuer är djup snarare än bredd finns det



fördelar med en viss variation i urvalet, eftersom även kvalitativ metod i någon mån används för att identifiera mönster i intervjuvaren och därigenom besvara en eller flera forskningsfrågor (Ekström & Larsson 2019, s. 113). Jag utgick dock ifrån att, givet studiens begränsade tidsram och det begränsade antalet klimat- och miljöreportrar som jag antog fanns i Sverige, behöva fokusera på att överhuvudtaget få ihop tillräckligt många deltagare. Det visade sig som tur var inte vara något större problem. Nedan följer en kort presentation av studiens deltagare.

*A* – Arbetar på en regional tidning. *A* har i ungefär fem år fokuserat lite extra på nyheter om klimatet.

*B* – Arbetar på en större svensk tidning. *B* har sedan 3–4 år tillbaka fokuserat på klimatet.

*C* – Arbetar inom public service. Arbetar med att bevaka klimatet sedan drygt två år tillbaka.

*D* – Arbetar på en större svensk tidning. *D* har bevakat klimat- och miljöfrågor i cirka fyra år.

*E* – Arbetar inom public service. *E* har länge haft ett klimat- och miljöfokus, men ”under de senaste åren” har rapportering om klimatet dominerat arbetet.

*F* – Arbetar på en större svensk tidning. *F* har bevakat klimatfrågor i ungefär fem år.

### **6.3 Etik**

Journalisterna kontaktades via mejl med förfrågan om att ställa upp. Jag berättade om studiens syfte, varför jag ville att just de skulle medverka och bifogade ett missivbrev (se bilaga 1). Där upplyste jag om att deras medverkan i studien är anonym, vilket innebär att de får ett fingerat namn och att deras arbetsplats kommer att beskrivas ytligt, för att ge analysen en kontext. Under studiens gång kom jag fram till att journalisterna behöver ytterligare anonymisering, eftersom antalet svenska reportrar som arbetar med klimat- och miljöfrågor är så pass begränsat. Därför har deras fingerade namn bytts ut mot bokstäver, *A-F*. Inga ytterligare bakgrundsfakta redovisas i studien utöver typ av arbetsplats (”större svensk tidning”, eller ”inom public service”) och ungefärligt antal år som de bevakat klimat- och miljöfrågor.

Jag informerade också om att deltagandet är frivilligt och att de när som helst har möjligt att avbryta sin medverkan, samt att materialet kommer att förstöras efter avslutad och godkänd

studie. Deltagarna har, utöver missivbrevet, fått ta del av ett via mejl utskickat dokument om hur deltagarnas personuppgifter behandlas med stöd i GDPR (Södertörns högskola 2022). Deltagarnas muntliga samtycke spelades in. Samtliga intervjupersoner fick möjlighet att läsa igenom sina citat och komma med synpunkter på stycken där deras åsikter och tankar beskrivs innan uppsatsens lämnades in, vilket de också gjorde. På så sätt säkerställde jag att jag förstod dem och deras resonemang korrekt.

## 6.4 Genomförande

Jag har intervjuat sex personer som alla bevakar klimat- och miljöfrågor. Intervjuerna genomfördes under vecka 14 och 15, våren 2023, och blev mellan 45 minuter och två timmar långa. Två av intervjuerna gjordes fysiskt, på journalisternas arbetsplatser. Tre gjordes via digitala mötesverktyg och den sista gjordes via telefon. Samtliga spelades in med en diktafon och transkriberades. Ett par av journalisterna kände jag till sedan tidigare, andra hittade jag genom att gå in på mediernas webbplats och söka på "klimat", eller genom tips från mitt kontaktnät.

Jag konstruerade på förhand en lista med färdiga intervjufrågor som jag i någon mån utgick ifrån, men de fungerade främst som stöd. Jag lät i hög grad intervjupersonens svar styra samtalet och anpassade mina frågor utifrån det. Om jag bedömde att personen redan svarat på frågan under intervjuens gång, eller om jag bedömde att frågan inte passade in i den riktning samtalet tagit, formulerade jag om frågan, alternativt ställde den inte alls. Mot bakgrund av det skulle man kunna säga att mina intervjuer rörde sig i gränslandet mellan semistrukturerade, med fasta frågor som utgångspunkt, och tematiskt öppna, med på förhand givna teman att samtala kring (Aspers 2011). I grova drag kretsade intervjuerna kring hur klimatbevakningen ser ut, uppmärksamhetscykler, utmaningarna med att göra klimatfrågan begriplig, journalistikens och den enskilda reporterns roll i att ge publiken kunskap om klimatförändringarna, journalistens arbetsdag och kort om bakgrund, arbetsplatsens/redaktionens uppbyggnad. För att komma åt frågan om nyhetsvärdering diskuterade vi konkreta exempel på journalistens artiklar eller inslag och hade det som utgångspunkt. I nästan alla intervjuer visade det sig vara användbart. Jag ställde frågan om hur nyheten "kom till" och motivationen bakom den.

Efter avslutad transkribering kodade jag materialet. Under transkriberingens gång, och ibland även under pågående intervju, föddes idéer till kodningens olika teman. Jan Trost (2010) anser att bearbetning och analys av material bäst görs, eller åtminstone bör finnas i bakhuvudet, parallellt med intervju och transkribering, något jag är benägen att hålla med om. Rent praktiskt handlade det för min del om att ta anteckningar under intervju, men framför allt under transkriberingens gång. Både inspelningsfilerna och transkriberingarna förvarades på mitt personliga OneDrive-konto, kopplat till Södertörns högskola. Mina transkriberingar samlades i ett Word-dokument och jag kodade innehållet med hjälp av följande teman:

- Enskilda människoödet/empati med individ
- Klimatfrågans inneboende dysterhet/att hålla uppe hoppet hos publiken
- Konkretisera klimatfrågan
- Journalisten/journalistikens roll
- Arbetsdag/organisationsstruktur
- Medielogik
- Klimatjournalistikens uppmärksamhetscykler
- Konflikt
- Utmaningar med att skildra klimatfrågan
- En bra klimatnyhet och balansen mellan intresse och vikt

## **6.5 Metoddiskussion och min roll som forskare**

Kvalitativa intervjuer är, liksom journalistiska intervjuer, till sin natur lite opålitliga eftersom vi har med människor att göra. Som forskare behöver man därför vara öppen för att det färdiga materialet kan komma att besvara helt andra frågor än de man sökt svar på. Under intervjuprocessen har jag reflekterat över min roll som forskare, främst utifrån två aspekter; mitt intresse för klimat och miljöfrågor, samt min (om än väldigt begränsade) erfarenhet av journalistiskt arbete.

Det går att argumentera för att nyhetsvärdering bäst studeras genom deltagande observationer på en redaktion (Strömbäck 2019, s.179) vilket Johansson (2008) gjort. Deltagande observationer har onekligen fördelen av att vara fysiskt på plats och kunna se hur det går till vid till exempel ett morgonmöte, eftersom nyhetsvärdering i mångt och mycket är en dynamisk process som sker i samtal kollegor emellan, eller ”en tyst kunskap som sitter i väggarna” (Johansson 2008, s.8). Allt det här är svårare att fånga i en intervju. Även om jag

stälde frågor om en typisk arbetsdag till deltagarna i studien är det troligt att svaren blir en aning fyrkantiga och kanske snarare handlar om hur en typisk arbetsdag ”borde” eller ”ska” se ut (Ekström m.fl. 2019, s.27–29).

Nackdelen med deltagande observationer är att de kräver tid och resurser som är svåra att frambringa i arbetet med en kandidatuppsats. En intervjusituation ger utrymme för utvecklade resonemang (Ekström m.fl. 2019) och kan upplevas som tryggare för både den som ska intervjuas och den som intervjuar, eftersom det är ett på förhand överenskommet samtal och rollerna är givna. En observationssituation kan upplevas som konstlad, där deltagarna känner sig iakttagna och forskaren är osäker på var gränsen mellan deltagare och åskådare går (Aspers 2011).

Ekström och Larsson (2019) menar att den som intervjuar bör vara empatisk och skapa en förtroendeingivande miljö för den som ska intervjuas, utan att för den skull kliva ur den professionella rollen. Vidare bör intervjuaren i mesta möjliga mån undvika att stämma in i eller engagera sig i intervjupersonernas värderingar och uppfattningar när sådana kommer till uttryck (ibid.). Eftersom samtliga deltagare i min studie uttryckte ett personligt engagemang och intresse för klimat- och miljöfrågor som jag också delar, blev det här en utmaning och något jag behövde förhålla mig till under studiens gång.

Likaså är det intressant att fundera över hur intervjuerna hade sett ut om jag själv aldrig hade arbetat som journalist. Intervjuerna är nu byggda på en slags gemensam förförståelse av vad journalistiskt arbete innebär. Aspers (2011) diskuterar förförståelse i termer av allmänmänsklighet; att jag som forskare per automatik delar vissa erfarenheter med mina intervjupersoner i egenskap av att vara människa. Han påpekar att ju närmre forskaren kommer personerna hen studerar, till exempel yrkesmässigt, desto viktigare blir det att adressera förförståelsen i forskningen. Eftersom redan befintlig kunskap och erfarenhet är svår att tänka bort är det viktigt att i stället definiera för sig själv vad man som forskare vet och inte vet (Aspers 2011, s. 38–39). I princip alla deltagare tog till exempel upp morgonmöten med kollegor och redaktörer som en del i arbetsdagen, något jag inte följde upp vidare eftersom jag har en idé om vad morgonmöten innebär. Jag har också en idé om vad nyhetsvärdering innebär, och kanske hade studien blivit snäppet bättre om jag hade bett deltagarna förklara hur de själva definierat nyhetsvärdering. Risker är dock att det hade blivit väl abstrakt, och därför valde jag i stället att utgå från konkreta exempel på nyheter de producerat för att komma runt frågan ”bakvägen”.

## 7. Resultat

Journalistiken är bra på att skildra händelser. Klimat och miljöfrågan är svårare för att den handlar om ett skeende. Mycket händer lite i taget, varje dag. Journalistiken är inte lika bra på att fånga upp de här skeendena

Citatet ovan kommer från A, och illustrerar ett av klimatjournalistikens många dilemman. Hur berättar man om något som inte syns, i alla fall inte omedelbart och med blotta ögat? Först av allt är det värt att konstatera att klimatnyheter inte värderas nämnvärt annorlunda än ”andra” nyheter. Det ska vara nytt, relevant och intressant, och det ska beröra människor. Vid första anblicken känns principerna för nyhetsvärdering igen. Det intressanta är att ta reda på vilka händelser (eller skeenden) som hamnar i nyhetsflödet, hur de hamnar där och hur den enorma, abstrakta klimatfrågan skildras i det lilla.

Resultatet av studien redovisas nedan i sex olika teman. Vid kodningen av det transkriberade materialet framkom några fler, men för ett mer utvecklat och sammanhållet resonemang har jag valt att sammanfoga ett par av dem.

### 7.1 ”Konkret och vardagsnära”

Nästan alla journalisterna lyfter exempel på händelser som handlat om, eller berört, en enskild individ. De framhåller också vikten av att försöka konkretisera den annars ganska abstrakta klimatfrågan. B är noga med sina källor och att studier som används ska vara vetenskapligt korrekta. C beskriver klimatfrågan som ”vetenskaplig och komplicerad”. På C:s arbetsplats har de gjort en del nyheter med fokus på klimataktivism och klimataktivister. C lyfter exempel på en nyhet som handlade om en klimataktivist som fått ett fängelsestraff, och som skildrade personens vardag inifrån fängelset. På frågan om vilken betydelse det enskilda människoödet har svarar C:

Det blir viktigt för att förstå vad som händer, att förstå varför någon är villig att riskera att hamna i fängelse för att sitta på en motorväg till exempel...då måste man förstå varför personen gör det. Därför vill man höra på vilket sätt, varför är du så besjälad av det här fenomenet, på vilket sätt berör det dig så att det blir viktigare än allt annat? Och ofta vill de här personerna berätta [...]

Tidningen som A arbetar på gjorde en artikelserie om några personer som valt bort bilen i sin vardag och hur det påverkat dem. A säger att artiklarna ”gick bra”, och menar med det att de

fick förhållandevis höga läsarsiffror. En sådan artikelserie, menar A, är också ett bra sätt att väva in den större frågan om hur mycket utsläpp i regionen som orsakas av transporter:

Det bästa är om man kan hitta en person som berättar och sedan knyter det till forskning på ett eller annat sätt... eller att man pratar med någon politiker, när jag skrev det här om bilfri vardag pratade jag med nyttillträdda ordföranden i kollektivtrafiknämnden, vad tänker de göra för att kollektivtrafiken ska bli ett alternativ för fler [...]. Jag har lite svårt för det här när man har artiklar som bara är gripande case på något sätt, jag vill försöka sätta det i en kontext.

B lyfter nyhetsinnehåll som handlar om hur djur drabbas av klimatförändringarna:

Det är allvarligt om fåglar missar en häckningsmöjlighet. Tänk då om det blir extremväder varje gång de ska häcka, i tio år. Då kommer de inte att finnas kvar. Djur berör, de har inte valt det här.

Så här resonerar E om en nyhet som handlade om rekordhöga fossila subventioner:

Det fanns bra siffror, den var inte gjord någon annanstans och hade en rak och enkel nyhetsvinkel. Minussidorna var en hög abstraktionsnivå, det kräver en del förförståelse att begripa vad fossila subventioner är [...]

Flera av journalisterna lyfter språket som en utmaning, och framhåller vikten av att använda enkla ord, även om det är komplicerade fenomen som ska skildras. F:s redaktörer brukar säga att det är viktigt att ”ta läsaren i handen”. F poängterar att det är ett bra sätt att påminna läsaren om den större bilden, även när det är en liten och vardagsnära händelse som skildras.

C säger så här:

Klimatfrågan har länge dragits med...dels att vi inte skriver om det så att det är begripligt. Vi har inte gjort språket till vårt, vi har ärvt en massa termer som vi håller på och fumlar med, så länge vi inte på allvar gör nyheterna begripliga, så länge vi inte axlar ämnet, gör det till vårt [...].

D tar också upp språket som en viktig ingrediens i att göra klimatfrågan begriplig för läsaren.

Det är väl bra att hitta konkreta exempel, och hitta ett språk som gör det läsvänligt, så att säga, hålla i huvudet vem det är man berättar saker för, att alla inte är insatta i termer man själv slänger sig med. Konkretisera, ta ner det till en nivå som berör alla [...]

E menar att klimatfrågan idag, sedan ungefär två år tillbaka, är politisk på ett annat sätt än tidigare. Det påverkar journalistiken, bland annat genom att politikreportrarna på E:s arbetsplats numera följer klimatpolitiken i riksdagen.

Förut var det mer ett särintresse eller en vetenskapsfråga, inte alls som de traditionella ämnena som pensionsfrågor eller försvarspolitik. Men nu är ju klimatfrågan en lika viktigt politisk fråga som de andra, vilket jag tycker är kul [...]. Det beror nog på att det finns en konflikt kring det här

sedan SD i första hand, men kanske också M och KD vill ha en annan klimatpolitik och att de skrotar en hel del av de tidigare förslag som alla varit ganska överens om. Det finns en politisk skiljelinje här som gör journalistiken mer intressant.

Sammanfattningsvis upplevs klimatfrågan som abstrakt, och som en fråga som ligger långt borta. För att undvika det är det en fördel med händelser som ligger nära människors vardagsliv, gärna med en enskild person i fokus, men utan att för den skull tappa den större bilden. Journalisterna försöker också använda ett enkelt språk för att förklara komplicerade fenomen. Klimatfrågan har också blivit en del av den politiska journalistiken, eftersom det finns en tydligare politisk konflikt kring klimatpolitiken nu än tidigare.

## 7.2 Klimatet som ödesfråga

När jag frågade journalisterna hur de tänker kring att hålla hoppet uppe hos publiken fick jag lite olika svar. De flesta är eniga om att det behövs ett visst mått av balans i rapporteringen, men framhåller samtidigt att journalistik handlar om att skildra verkligheten som den ser ut, och inte väja för det svåra. E säger så här:

Det har ju funnits ett fokus förut att nyhetsvärdering alltid är förändringar till det negativa, inte till det positiva. Men det blir skevt, för att det speglar ju inte verkligheten. Det finns någon, delvis berättigad, bild av att journalistik ska vara granskande och fylla en sådan funktion, men det är ju också ett berättande och ett beskrivande av hur samhället fungerar. Det måste gå att berätta om positiva förändringar också.

Flera av journalisterna lyfter exempel på nyheter med en konstruktiv, problemlösande prägel. A säger att det är viktigt att framhålla att klimatläget är allvarligt, men att det finns möjligheter till handling. A upplever också att det finns en annan efterfrågan på hoppfulla nyheter inom klimatområdet än till exempel i rapporteringen som handlar om gängkriminalitet. F problematiserar begreppet hopp, och frågar sig vem hoppet är till för:

Som journalist upplever jag att det är mitt jobb att berätta hur det är. Och då ser inte jag hoppet just nu i att det kan gå att hitta en teknisk lösning på vissa smådelar av krisen om 30–40 år, eftersom jag också känner till den vetenskapliga biten att om vi gör det, om det tar 30-40år, har vi också passerat flera av de här tröskelpunkterna i klimatsystemen och tappat den tid vi behövde. Med det sagt, självklart behövs tekniska lösningar. Hoppet är helt avgörande, men frågan är vad det är för hopp, vilket hopp vi ska förmedla till läsaren [...].

Både D och B säger att de gärna skulle skriva fler hoppfulla nyheter om klimatet. Det är svårt, säger B, eftersom alarmistiska nyheter i regel genererar mer ”klick” på webben. Å andra sidan har B mött reaktioner från personer som tycker att klimatbevakningen är för tung:

[...] är det så att 32 % väljer bort nyheter om klimatet för att det blir för deppigt, vilket vi har tagit fram siffror på, då är det väldigt illa. De 30 % [som väljer bort nyheter om klimatet, förf. anm.] måste vi fånga upp

Under intervjun tar B fram exempel på nyheter som har en mer positiv karaktär. Ett avtal för att skydda djuphaven beskriver B som något ”helt unikt” och värt att skriva om. B lyfter också fram en nyhet om att trädplantering är ett effektivt verktyg för att rena luften i städerna.

Det är med andra ord en utmaning att balansera mellan negativa och positiva klimatnyheter. Journalisterna poängterar vikten av att hålla sig till fakta och rapportera om klimatet ”som verkligheten ser ut”, men medger samtidigt att det finns ett behov av hopp. Frågan är bara, som F säger, vad man menar med hopp, och för vem. Inte sällan tar de hoppfulla nyheterna formen av lösningar på problem, eller framsteg i teknikutvecklingen.

### **7.3 Journalistikens roll i klimatfrågan**

I princip alla intervjuer kretsade vid någon tidpunkt kring vilken roll journalistiken har att spela i kampen mot klimatförändringarna. Vad är journalistikens uppgift, och vad är inte det? Här går det att urskilja två underteman: Journalisternas tankar om opartiskhet och balans i rapporteringen, samt vilken skyldighet journalisterna, och medierna, har gentemot publiken.

#### **7.3.1 Opartiskhet och balans**

En stor del av samtalen kom att handla om vilken roll journalistiken har i att informera om och förhålla sig till klimatkrisen. Vi kom in på både tankar om neutralitet och balans, att inte bli en ”megafon” åt olika intressenter och vilket ansvar medierna har när det kommer till att utbilda, eller folkbilda, publiken. F diskuterade idén om ett slags neutral ”nollpunkt” och förhöll sig kritisk till att det överhuvudtaget existerar någon sådan:

Stora delar av den politiska debatten just nu utgår inte från vetenskapen, ändå förs den ofta fram som helt neutral, när den snarare borde föras fram, från vår sida, som att... det är ju aktivistiskt, eller extremt att säga de här sakerna som inte är förenliga med det vi vet krävs [...]Det är inte balans per se bara för att vi har två röster som säger olika saker. Balans är ju att vi berättar vad vi känner till utifrån den fakta som finns och sen letar upp röster som säger olika saker, men då måste ju faktan hela tiden följa med.

Citatet ovan utgår från en del i intervjun som handlade om en artikel F skrivit om en grupp klimataktivister. F poängterar att för att överhuvudtaget kunna göra ett sådant jobb behövde F



ha med sig den egna journalistiska rollen i bakhuvudet och adressera den. Å andra sidan, säger F, är klimataktivisternas budskap ganska ofta i samklang med vetenskapen.

På ett eller annat sätt kom diskussionen om klimatskeptiker upp i nästan alla intervjuer. E lyfter fram att klimatskeptikerna ibland anklagar media för att ”gå i aktivisternas ledband”. På frågan om hur det ska hanteras svarade E så här:

Man får svara rakt och korrekt att vi skildrar det här utifrån nyhetsvärderingsprinciper och att det finns källor som säger det här. Vi diskuterar ju fortfarande, men det var kanske 5–10 år sedan, det här med falsk balans, att inte diskutera klimatfrågan som om det handlade om rätt och fel, olika åsikter, utan här finns det ju fakta.

### 7.3.2 Ansvar gentemot publiken

Frågan om ansvar gentemot publiken var, på ett eller annat sätt, ett genomgående tema i samtliga intervjuer. Intervjupersonerna reflekterade över sin roll som journalister i allmänhet och klimatjournalister i synnerhet. A resonerar så här:

Jag får ju ändå försöka göra en värdering av vilka frågor som kommer att påverka läsaren mest, inte bara nu utan på lång sikt. När Grönlandsisen har smält, då är det så dags att skriva om effekterna, men om vi ska hindra saker och ting är det nu vi måste agera [...] det skulle ju bli väldigt konstigt om man försökte förtiga det här på något sätt, eller strunta i det för att det var för komplicerat eller jobbigt. Jag tycker att den som följer nyhetsmedia ska få en bild av vilka de viktigaste frågorna är och vi ska stå för korrekt rapportering [...].

C säger att det är C:s viktigaste uppgift att berätta om klimatet. C efterlyser tydligare riktlinjer från forskarsamhället, eftersom det skulle kunna ge en fingervisning till medierna om vad som är viktigast att rapportera om.

” Jag vill att vi ska bevaka klimatjournalistik på ett sätt som gör att folk inte känner: Jag orkar inte. För de måste orka fundera över det här. Frågan är bara vad som är viktigt att fokusera på nu. Kan vi reda ut det här för våra tittare och lyssnare så vore det väldigt bra, och jag känner inte att vi har nått dit. Jag är inte säker på att vi har förstått själva vad vi ska varna för [...]”

F menar att medierna har en viss skuld i att inte klimatfrågans allvar har nått publiken i tillräckligt stor utsträckning:

[...] vi journalister har kanaler att hjälpa folk att kort ta in vidden av situationen. Vi har också en skuld i att vi historiskt inte har gjort det här tillräckligt, det här har utvecklats från en fråga till en kris, det har hänt. Exakt när, det beror på hur man ser det, men det har pågått i decennier och vi har brustit ganska dramatiskt i att skildra utvecklingen [...].”

Frågan om mediernas roll i att sprida budskapet om klimatförändringarna diskuterades ofta i samband med att jag ställde frågor om hur viktigt det är med hoppfulla, eller positiva nyheter om klimatet. Samtliga journalister uttryckte en vilja att informera publiken om klimatfrågan på ett rättvist och korrekt sätt. Ett par av dem förhöll sig kritiska till hur medierna hanterat sin roll hittills och uttryckte en önskan om att det ska göras på ett annat sätt i framtiden.

## 7.4 Arbetsdag, organisation och medielogik

Alla intervjuade journalister beskriver sin arbetsdag på liknande sätt. De beskriver morgonmöten och diskussioner med redaktörer och kollegor. För att hitta idéer och inspiration har de koll på sociala medier, följer nyhetsbyråer och prenumererar på nyhetsbrev. Flera nämner brittiska *The Guardian*, som har en utpräglad klimatbevakning. Ibland får de tips om saker som händer. I princip alla beskriver sin arbetsprocess som ganska självständig och flera säger att det egna intresset i hög grad styr vilka ämnen de bevakar. Tidningen som D arbetar på bevakar vissa ämnen, eller teman, särskilt noga. Själv har D skrivit mycket om PFAS-kemikalier. På frågan om varför svarar D så här:

”Det kommer sig nog av att jag tycker att de kemikalierna är så läskiga. Jag började rapportera om PFAS, och sen har jag fortsatt, både av eget intresse och för att det tack vare tidigare rapportering blivit en fråga vi följer, så länge det finns något tillräckligt intressant och viktigt att rapportera i ämnet.”

Hur klimatbevakningen är strukturerad ser lite olika ut. Antalet reportrar som bevakar klimatet varierar mellan de olika redaktionerna. Ett par är ensamma, några har 3–4 kollegor. Det är också lite olika huruvida de skiljer på klimat- och miljönyheter eller inte. Ett par av journalisterna säger att klimat- och miljöbevakning tenderar att slås ihop, och att frågor om till exempel biologisk mångfald till viss del hänger ihop med klimatförändringarna. Andra tycker att distinktionen mellan miljö och klimat är viktig. F problematiserar begreppet klimatjournalistik och menar att klimatfrågan i högre grad borde genomsyra all journalistik:

Alltså egentligen ligger problemet i att det finns något som heter klimatjournalistik. Det är ju den världen vi befinner oss i, inte en fråga. Inte att det är något fel att säga så, men det är ett tecken på hur långt ifrån i kapp vi är [...]

C beskriver online-formatet som en utmaning. Även om C inte primärt arbetar med nyheter som ska publiceras på webben behöver C förhålla sig till online-redaktionens behov.

Den nyhetsvärderingen som online jobbar med kommer också att bli min [...] det skiljer sig inte så mycket åt när det kommer till ämnesval, men de vill ha kortare format. Det gör att det är svårare att få med allt och berätta nyanserat, tycker jag

Det blev tydligt under intervjuernas gång att medielogiken spelade roll för nyhetsvärderingen. Även om medielogik brukar förstås som en egen del vid sidan av vikt och intresse, eller betydelse (Strömbäck 2019) anser jag att den ändå tål att diskuteras i en studie om nyhetsvärdering, eftersom det gick att se att mina intervjupersoner i vissa fall valde bort, eller behövde välja bort, händelser som inte fungerade i det medium, eller format, där det skulle publiceras. När jag träffade C skulle C egentligen ha intervjuat en forskare om atmosfäriska vindar på eftermiddagen, men fick välja bort det eftersom redaktören ansåg att den höga abstraktionsnivån skulle göra att det inte passade online-redaktionens behov. Mer populärt var det med en nyhet som handlade om stadsodling. C nämnde också att arbetsplatsen arbetar med ett ”målgruppstänk”, till exempel utifrån ålder:

Med online är det lite annorlunda, de tänker sig att deras målgrupp är lite yngre, de kanske väljer bort grejer, jag försökte sälja in en grej om att PRO var arga över något när jag jobbade kväll och då sa de att nej det är inte vår målgrupp [...] fast folk mellan 20–40, de är inte bara intresserade av saker som rör deras egen plånbok, de måste väl kunna lyssna på något som berör något annat [...]

F lyfter upp hur nyhetslogiken riskerar att putta ner klimatet på agendan när en mer omedelbar kris, med ett tydligare händelseförlopp, inträffar:

[...] om vi talar nyhetsvärdering övergripande, och nu förenklar jag, men eftersom vi inte bottnar i det nödläge som vi säger och skriver att vi befinner oss i [...] När det bränner till, då släpper man allt och det är klart att man inte kan göra det med klimatet, för klimatkrisen fortgår i all evig tid, det är ju en annan sak med en skjutning, eller ett terrorattentat, man vet att en pandemi och ett krig har ett slut, eller en paus, eller böljar åtminstone.

Det finns inte en modell för hur klimatet bevakas, utan många. Klimatfrågan behöver, liksom andra ämnen, anpassas och passa in i medieformatet. Intresse från den enskilda reportern eller redaktören verkar också ha betydelse. Gränsen mellan klimat- och miljöinnehåll är flytande och ibland obefintlig. Det finns också en mer eller mindre uttalad ambition, eller önskan, om att klimatfrågan ska genomsyra journalistiken som helhet.

## **7.5 Klimatjournalistikens uppmärksamhetscykler**

För att besvara frågan om klimatjournalistikens uppmärksamhetscykler resonerade jag och journalisterna bland annat kring huruvida större, internationella händelser, till exempel COP-möten och IPCC-rapporter, gör det lättare för dem att ”sälja in” även andra nyheter om miljö och klimat. B menar att det blir naturligt att fler artiklar skrivs om klimatet i anslutning till exempelvis ett COP-möte eftersom journalisterna har ögonen på frågan.

[...] jag tror också att journalister som följer de där släppen (av klimatrappporter, förf. anm.) de måste ju läsa på vad det är som händer, och börjar man gräva kan man ge sig sjutton på att man hittar saker... så det är klart att det kan bidra till att få ut fler nyheter för att man är satt att bevaka det tillfälligt [...]

E, som arbetar på ett public service-medium, håller till viss del med om att ett COP-möte eller en ny IPCC-rapport kan fungera som en krok för övrigt klimatinnehåll, men framhåller också att COP-mötet i stor utsträckning ”fyller” hela miljökvoten och därmed inte lämnar plats till andra nyheter om miljö och klimat just då. C illustrerar fenomenet genom att måla upp klimatbevakningen som en årscykel med vissa hållpunkter som återkommer varje år, där COP-mötena bara är en av flera. C nämner också klimatpolitiska rådets rapport, redovisade utsläppssiffror från Naturvårdsverket och Sveriges utformning av klimatpolitiken. Under sommaren ”händer det inte så mycket”. C framhåller också att klimatet är en ”prioriterad fråga” på redaktionen i stort. D säger att även om COP-mötena fyller sin funktion är det i mindre sammanhang, på lokal eller kommunal nivå, som ”det händer”.

[...] det är bra, utan COP-mötena hade det hänt än mindre. Samtidigt så händer det inte så mycket på själva mötena, IPCC-rapporterna är viktiga förstås och jag förstår att många medier rapporterar om dem, och det gör vi också [...] vi brukar inte ha folk på plats på COP-mötena som vissa medier har, jag tycker inte att det är där det händer

Att stora internationella ”klimathändelser” präglar bevakningen i Sverige verkar stämma, även om inte alla medier jag intervjuat journalister från nödvändigtvis har någon ”på plats” under till exempel ett COP-möte. På vilket sätt det påverkar klimatrappotereringen, eller hur viktigt det är, skiljer sig åt lite bland de olika journalisterna. Värt att nämna är dock att det finns mycket annat som styr nyhetsvärdering, och rapportering i stort, där det konkreta och vardagsnära (se rubrik 6.1) kanske är det som är mest framträdande.

## **7.6 Balansen mellan intresse och vikt**

Att balansera intresse och vikt är en utmaning som framkommit i Johanssons (2008) studie om nyhetsvärdering. Det handlar om att det som intresserar publiken, ofta kartlagt genom

antalet visningar en artikel eller ett inslag får, inte alltid rimmar med det som bedöms vara en viktig och relevant samhällsfråga (Strömbäck 2019). Majoriteten av alla intervjupersoner påpekade att nyhetsinnehåll om klimatet kan vara svårt att nå ut med. D beskrev det, lite skämtsamt, som att D ”skriver artiklarna som ingen läser”. C påpekade att trots att det finns en målgrupp som säger sig vara intresserad av klimat och vetenskap syns de inte i statistiken. A resonerar så här:

För min del handlar det om att presentera det så att folk vill läsa... det är det jag strävar efter. Man har ett ansvar att skildra vissa frågor. Skriver man tillräckligt mycket om något kommer läsarna också att bli intresserade, förstå att det är viktigt, för att det återkommer hela tiden [...]

F säger så här:

Att vi ska göra sådant som folk vill läsa, det här en marknadsfråga. Det ska våra ekonomichefer lösa. Jag tycker inte att det är en journalistisk uppgift, att skriva sådant som folk vill läsa. Jag tycker att den journalistiska uppgiften, speciellt i ett sådant akut nödläge som vi befinner oss i nu, det är att berätta hur det är. Och sen om folk just nu inte vill läsa, eller tycker det är kul, då faller det på oss att göra det så intressant och bra som möjligt.

I resonemanget om diskrepansen mellan viktigt och intressant lyfter E fram det konkreta:

Publiken vill nog ha mer vardagsnära saker som berör dem och deras vardag. De vill ha mindre av stora, abstrakta saker som fossilsubventioner och klimatförhandlingar och beslut. Man ser på onlineläsningen att det är svårt att få folk att klicka på något. Däremot om det handlar om ”de här grönsakerna ska du välja när det är ebb i plånboken” eller ”så dålig är vegomaten för klimatet” sådant konkret lättbegripligt och vardagligt får slagsida.

På många sätt tog diskussionen om viktigt och intressant sin utgångspunkt i vilka nyheter som konsumeras och inte. Klimatfrågan kan, om man ska förstå de intervjuade journalisterna, beskrivas som i allra högsta grad viktig. Att inte klimatnyheterna når en tillräckligt stor publik verkade de flesta journalisterna också vara överens om. ”Man får inte glömma att klimatjournalistik är journalistik på liv och död” säger F vid ett tillfälle.

## 8. Analys

I analysen tolkas studiens resultat utifrån tidigare forskning och teorier om dagordning, medielogik och nyhetsvärdering. För tydlighetens skull använder jag samma rubriksuppdelning i analysen som i resultatet, med undantag för rubriken ”intresse och vikt”. Det känns mer meningsfullt att genomgående integrera den i de andra rubrikerna.

## 8.1 ”Konkret och vardagsnära”

Att klimatfrågan är abstrakt och svår att berätta om är studiens intervjupersoner rörande överens om. Deras tankar och åsikter stämmer i många avseenden med resonemangen som framförs i Berglez (2011) studie;

”Journalistiken är bra på att skildra händelser. Klimat och miljöfrågan är svårare för att den handlar om ett skeende [...]” A.

“To report processes ... not events, but processes. Who wants to read about that, so to say. Or listen to it? (I)” (Berglez 2011, s. 457).

Dilemmat A ger uttryck för i det översta citatet återfinns och beskrivs nästan exakt likadant av ”I”, intervjuad av Berglez (2011). Trots att det gått över tio år sedan Berglez genomförde sin studie kämpar klimatjournalisterna fortfarande med att göra konkreta och överskådliga nyheter. Nu som då behöver miljö- och klimatjournalistiken berätta om konkreta och vardagsnära händelser, som stadsodling (C) eller billiga grönsaker i tuffa ekonomiska tider (E). Tidigare forskning om nyhetsvärdering har visat att händelser vars konsekvenser syns i människors vardagsliv har, enligt tillfrågade journalister, större normativ än faktisk betydelse för vad som blir en nyhet (Strömbäck 2019, s. 174). Eftersom den här studien inte baseras på etnografiska observationer av ”nyhetsvärderingsprocesser” har en del av intervjuerna utgått ifrån journalisternas tankar om redan färdigt nyhetsmaterial, alltså publicerade nyheter om bland annat konkreta och vardagliga företeelser. Således kan ”konkret och vardagsnära” sägas ha både faktisk och normativ betydelse när det kommer till att berätta om klimatet.

Enligt Galtung och Holmboe Ruge (1965) är det en fördel om en händelse har en ”rytm” som passar in i nyhetsmediernas, vilket klimatförändringarna (och andra miljöfrågor) sällan har. Det går långsamt. Att vår kunskap om klimatförändringarna till stor del baseras på vetenskapliga framtidsprognoser lämnar utrymme för olika tolkningar, vilket inte heller är någon fördel i nyhetssammanhang (ibid.). Om klimatjournalisterna dessutom är hänvisade till vetenskapliga termer för att berätta om klimatet, vilket C ger uttryck för, riskerar det att göra nyhetsinnehållet än mer obegripligt. Genom konkreta och vardagsnära händelser kapslas klimatfrågan in i en ”här och nu”-ram. Det passar mediernas publiceringsrytm och minimerar antalet tolkningsmöjligheter. Avståndet mellan den abstrakta klimatfrågan och mediepubliken minskar. Kanske blir det då också lättare att, som D säger, ”hålla i huvudet vem man berättar saker för”.

Det verkar också finnas ett behov av att komma nära den enskilda personen, eller ”livsödet” om man så vill. Det framgår av nyheten om den fängslade klimataktivisterna som C berättade om, liksom A:s nyhet om personer som i sin vardag valt bort bilen. Djur är maktlösa inför klimatförändringarna på ett helt annat sätt än vad vi människor är och således berör nyheter om djur på ett visst sätt, enligt B. Att betona den individuella människan kan framstå som ett självklart sätt att belysa ett större problem, men Galtung och Holmboe Ruge (1965, s. 68) anser att det också handlar om ett västerländskt kulturellt betingat fenomen där människan är ”herre över sitt eget öde”, och menar att i en annan kulturell kontext skulle strukturella orsaker vara mer framträdande. Dock bör det betonas att det Galtung och Holmboe Ruge diskuterar som ”individualistiskt” snarare handlar om konsekvenser av människors handlingar. Både Berglez (2011) och mina intervjupersoner framhåller snarare händelser där personer ”drabbats” av klimatet, eller av livsval som de gjort på grund av klimatet.

Klimatfrågans abstraktionsnivå och vetenskapliga komplexitet har betydelse för nyhetsvärderingen. Det behöver vara konkret. Samtidigt betonar journalisterna att det är viktigt att forskningen och det större sammanhanget inte tappas bort. En händelse som är lätt för publiken att förstå har tidigare visat sig ha ett större faktiskt än normativt nyhetsvärde (Strömbäck 2019), vilket är en utmaning som journalisterna i den här studien ger uttryck för. En ”bra” nyhet är en tydlig nyhet; en som rör vid den enskilda människans liv och vardag, utan att för den skull tappa bort allvaret i och magnituden av klimatförändringarna.

## **8.2 Klimatet som ödesfråga**

Det är vid det här laget vedertaget att journalistiken mer liknar en berättelse än en exakt återspeglning av verkligheten (Strömbäck 2019). Själva poängen med en berättelse är att innehållet är beroende av en eller flera urvalsprocesser. Givet är också att det alltid finns bra, och mindre bra saker som händer. Liksom E framhåller finns det en idé om att nyheter över lag, inte bara om klimatet, har en negativ prägel. Galtung och Holmboe Ruge menar att negativa händelser passar det de hänvisar till som nyhetsmediernas ”frekvens” och tidsram bättre än positiva; ”det tar betydligt längre tid att bygga ett hus än att bränna upp det” (Galtung & Holmboe Ruge 1965, s. 69). Att bryta ner klimatet på jorden har onekligen gått fortare än bildandet av en dräglig livsmiljö för människor. Dock, återigen med hänvisning till A:s citat om att journalistiken brister när det kommer till att hantera skeenden, kan sägas att

även klimatförändringarnas negativa konsekvenser har gått så pass långsamt att de inte riktigt heller passar in i journalistikens snabba tidsram. Vårt hus brinner, men det brinner långsamt.

Klimatfrågan är skrämmande. I Johanssons (2008, s. 51) studie om nyhetsvärdering menar de intervjuade journalisterna att klimatfrågan fått sin plats på mediernas agenda tack vare en kombination av ”viktighet, relevans och inte minst avvikelser från det normala”. Tack vare konsekvenserna på vår livsmiljö har klimatfrågan onekligen passerat det ”tröskelvärde” (Galtung & Holmboe Ruge 1965; Strömbäck 2019) som krävs för nyhetsvärde.

Miljökatastrofer har, enligt Djerf-Pierre (2012) fungerat som ”uppmärksamhetstriggers” mellan 1961–2010. Hon identifierade fyra olika uppmärksamhetstriggers; *catastrophes*, *scandals*, *alarms*, och slutligen *controversies*. Som Johansson poängterade redan år 2008 är det inte längre någon nyhet att vårt klimat förändras. I stället handlade nyheterna redan då om möjliga tekniska lösningar (Johansson 2008, s. 52–53). I den här studien resonerar journalisterna lite olika om att balansera ”negativa” och ”positiva” nyheter. Några menade att positiva nyheter är viktiga för att publiken överhuvudtaget ska orka ta till sig budskapet om klimatförändringarna. Andra lyfte fram nyheter med konstruktiv prägel, tekniska lösningar och vikten av att visa publiken att det är möjligt att göra val som påverkar klimatet i en positiv riktning. Några poängterade att det ändå är viktigt att medierna inte ryggar för det allvar som klimatkrisen innebär, och berättar om verkligheten ”som den ser ut”.

Berättelsen om klimatförändringarna är i det stora hela en dyster berättelse. Ändå uttrycker flera av journalisterna en frustration över att inte allvaret i frågan når fram till publiken. Hoppfulla och konstruktiva nyheter kan vara ett sätt för budskapet att nå ut. Det framstår som viktigare än hoppet i sig.

### **8.3 Journalistikens och journalisternas roll**

Samtliga journalister trycker på ansvaret journalistiken och journalisterna bär i att upplysa om klimatet, och vikten av att publiken förstår allvaret i situationen. C beskriver det som ”sin viktigaste uppgift”. Engagemanget journalisterna visar inför sitt arbete syns också i Rhamans (2012) intervjustudie. Klimatfrågan har en förmåga att engagera och beröra. Därför blir frågan om opartiskhet och balans extra intressant när många olika samhällsgrupper har mycket att säga om klimatet. E diskuterar ”falsk balans” och menar att det inte är fråga om att ge klimatskeptiker utrymme i debatten om deras åsikter inte är grundade i fakta. F lyfter vikten av att inte bli en megafon åt olika intressenter, men poängterar också att klimataktivisterna



ofta har ett budskap som går i linje med vetenskapen. Lester (2010) resonerar på ett liknande sätt, men hänvisar till att aktivisterna och klimatjournalisterna delar ett gemensamt mål; att kritiskt granska stora företag och politiker som bidrar till och har makten att göra något åt utsläppen. Hon menar att det är en av anledningarna till anklagelserna om att medierna går i aktivisternas ledband, som även ett par av journalisterna i den här studien lyfter fram.

När A resonerar om diskrepansen mellan viktigt och intressant nyhetsinnehåll framhåller A att media har ett ansvar att skildra vissa frågor och att ju mer klimatinnehåll som publiceras, desto mer kommer folk att vilja läsa om det. Det A ger uttryck för här är dagordningsteorins huvudtes; att medierna i hög grad har makt över vilka frågor publiken klassar som viktiga (McCombs & Shaw 1972; Shehata 2019). Nästan alla journalisterna reflekterar över sin egen, och mediernas makt, när det kommer till att sätta klimatet på dagordningen. Genom att välja ut vad som ska bli klimatnyheter ägnar de sig de åt dagordningsbyggande, eller *agenda building* (Shehata 2019). F hänvisar till de resurser som journalisterna har att ”hjälpa folk att förstå och ta in vidden av krisen”. F jämför klimatet med andra samhällsomvälvande frågor, till exempel Coronapandemin, och menar att klimatet får oproportionerligt lite uppmärksamhet i relation till krisens allvar. Det här återvänder jag till i följande kapitel om medielogik.

Det framgår tydligt att journalisterna är medvetna om mediernas dagordningsmakt. De konstaterar att klimatfrågan ibland är svår att nå ut med, men tror att medierna behöver ta sitt ansvar och skildra klimatfrågan på ett sådant sätt och i sådan omfattning att den går från att vara viktig, till att vara viktig *och* intressant.

#### **8.4 Medielogikens påverkan på nyhetsvärderingen**

Att medielogiken påverkar nyhetsinnehållet framkommer i både tidigare forskning och i min studie. Ett par av journalisterna i min studie problematiserar begreppet klimatjournalistik. ”Det [klimatförändringarna] är världen vi lever i, inte en fråga” säger F. Samtliga journalister ger uttryck för en känsla av att inte bara mediasamhället, utan också samhället i stort, inte förstått krisens allvar. Nyhetslogiken gör att kriser med en tydligare avgränsning i tid och rum värderas högre. Som Galtung och Holmboe Ruge (1965) påpekar, passar de i regel nyhetsformatet bättre.

Även i Berglez (2011) studie uttrycker intervjupersonerna en önskan om att journalistiken ska anpassas till den verklighet som klimatförändringarna innebär. De uttrycker sig kritiska mot traditionella nyhetsinramningar och menar att klimatjournalistiken skulle kunna genomsyra politisk och ekonomisk rapportering, liksom att uppdelning i inrikes och utrikesnyheter inte heller tjänar klimatfrågan väl. Över tio år efter Berglez (2011) studie fortsätter klimat- och miljöjournalister att rapportera om, eller uttrycka önsknings om att kunna rapportera om klimatet utanför den traditionella medielogiken. Även Olausson och Berglez (2014) lyfter fram att klimatet är ett mångfacetterat ämne som skär igenom traditionella ämnes- och mediediskurser. Trots det är "klimatet" fortfarande en enskild ämneskategori, även om det på ett par av journalisternas arbetsplatser finns en uttalad strävan (eller åtminstone en önskan) om att klimatet ska genomsyra hela rapporteringen.

Ur en rent praktisk mediologisk synvinkel lyfter C exempel på hur nyhetsformatet kan styra vad och hur som rapporteras. Att atmosfäriska vindar inte passade online-formatet gjorde att den nyheten fick läggas på is. Om inte online-formatet hade funnits i åtanke hade kanske den nyheten kunnat göras. Likaså målgruppstänket på C:s arbetsplats, där nyheter väljs ut för att passa en viss målgrupp, antingen med avseende på ålder eller intresse. Att journalistiken når publiken är i många fall avgörande för mediernas finansiering. Utöver att vara viktiga och relevanta ska nyheter också sälja. Även public service-medier behöver nå ut till publiken för att säkra finansiering. Att de når "den breda allmänheten" är ett viktigt existensberättigande (Ghersetti 2012, s. 209). Om klimatbevakningen inte når ut till publiken kan det resultera i, utöver ett potentiellt kunskapsglapp, ett ekonomiskt problem.

Utöver specifika målgrupper utformas nyheter efter om publiken är lokal, regional eller nationell (Ghersetti 2012). A, som arbetar regionalt, gör nyheter om klimatet som berör invånarna i det område A täcker, allt från lokal klimatpolitik till risk för översvämning av närliggande vattendrag.

Det korta, snabba formatet som nyhetsmedierna ofta arbetar efter gör att klimatfrågan, med hänvisning till sin vetenskapliga och abstrakta karaktär, blir svår att berätta om. Nyheter om klimatet behöver vara konkreta, tydliga, lättöverskådliga och personliga (Berglez 2011) för att passa in i medielogikens ramar. Frågan är om klimatfrågan i framtiden kommer att tvinga medielogiken att utvidga sina ramar, eller kanske rentav omskapas.

## **8.5 Klimatjournalistikens uppmärksamhetscykler**

När den här studien ännu var i sin linda föddes tanken om att problematisera klimatjournalistikens uppmärksamhetscykler som avgörande för nyhetsvärdering. Efter genomförd studie kan det konstateras att fog finns för att göra just det. Eftersom det i svensk kontext är belagt att klimatbevakningen följer globala händelser och strömningar kändes det naturligt att undersöka det här ämnet med utgångspunkt i COP-möten och IPCC-rapporter. (Djerf-Pierre & Olausson 2019). Visst finns det en förekomst av cyklisk bevakning, som C:s uppritade årscykel, men det har också framkommit en del annan intressant fakta. Exempelvis att D tycker att det ”händer” på lokal eller kommunal nivå, eller att E tycker att andra nyheter om miljö eller klimat trängs undan under COP-mötena. Samtidigt kan både C och B hålla med om att det finns mer plats för och större efterfrågan på nyheter om miljö och klimat i anslutning till ett COP-möte, eller en ny IPCC-rapport.

När Downs publicerade sin studie om uppmärksamhetscykler hade den amerikanska publiken börjat (enligt Downs själv) inse att kampen mot klimatförändringarna skulle ha ett högt pris, och befann sig ungefär halvvägs igenom den traditionella uppmärksamhetscykeln (Downs 1972, s. 43). Var den svenska publiken befinner sig idag ska jag inte spekulera i här, men Downs trodde att klimatfrågan stack ut i relation till andra samhällsproblem eftersom konsekvenserna av den globala uppvärmningen drabbar en stor del av, eller rättare sagt hela, jordens befolkning. Djerf-Pierre (2012) använder sig av *issue-cycles* för att beskriva hur enskilda händelser leder till ett uppsving för klimatet i nyhetsbevakningen under en tid framöver. En av journalisterna i den här studien hänvisar till värmeböljan sommaren 2018 som ett startskott för mer intensiv klimatbevakning. Konkreta händelser är lätta att berätta om, även utifrån tidigare nämnda kriterier om nyhetsvärdering, här kanske framför allt kontinuitet (Galtung & Holmboe Ruge 1965; Strömbäck 2019). När en händelse passar in i en redan etablerat nyhetsprocess har den en färdig ”krok”.

Sammanfattningsvis måste ändå framhållas att det finns betydligt mer framträdande kriterier för nyhetsvärdering värda att undersöka. Till exempel att välja konkreta händelser, och händelser med koppling till den enskilda individen. De viktigaste klimatnyheterna är, om man får tro journalisterna i den här studien, inte den om en ny IPCC-rapport eller ett COP-möte. Dock ska tilläggas att för att få en bättre bild av hur uppmärksamhetscyklerna ser ut idag hade intervjustudier med redaktörer, nyhetschefer och ansvariga utgivare, som har till uppgift att sälla i nyhetsinnehållet ”som helhet”, kanske varit bättre lämpade.

## 9. Slutsatser

I det här kapitlet presenteras studiens slutsatser. Jag återknyter till mina forskningsfrågor och besvarar dem med hjälp av vad jag kommit fram till i resultatet och analysen.

### 9.1 Forskningsfråga 1: Hur värderas potentiella klimatnyheter bland de intervjuade?

Klimatnyheter behöver nå ut till publiken. I dagsläget sker det inte alltid på det sätt, eller i den utsträckning, som journalisterna skulle önska. Att det är så kan bland annat förklaras av klimatfrågans abstraktion, komplexitet och ”vetenskaplighet”. Klimatfrågan behöver tas ner på en nivå som är hanterbar för publiken. IPCC-rapporterna och COP-mötena har en given plats på den mediala dagordningen, men minst lika viktigt är de små, konkreta och vardagliga händelserna som berör den enskilda människan. Därför försöker journalisterna komma nära, till exempel genom att berätta om någon som valt bort bilen i sin vardag, ett barnkalas med enbart second hand-shoppade presenter, eller någon som vill odla mitt i Stockholm.

Atmosfäriska vindar har svårare att slå sig fram. Fossila subventioner har ”en rak nyhetsvinkel” men en ”hög abstraktionsnivå”. Vilka grönsaker som är billigast, eller vilken påverkan vegomaten har på hälsan får också ”slagsida”. Djur som drabbas av klimatförändringarna rör vid mediepublikens medkänsla. Likaså är det intressant att skildra en klimataktivists bevekelsegrunder, och vad det är som gör att klimatfrågan är så viktig att personen i fråga kan tänka sig att sätta sig på en motorväg. Ett reportage om en fängslad klimataktivist kanske får folk att haja till. Klimatnyheter behöver bygga på fakta. Trovärdiga källor spelar en viktig roll. Klimatpolitiken är en intressant arena för bevakning, eftersom det i den nuvarande politiska debatten finns tydligare skiljelinjer kring hur klimatfrågan ska hanteras. Klimataktivismen kan förstås som en syntes mellan politiskt och personligt engagemang, som gör den extra intressant att bevaka.

Klimatfrågan som helhet är i allra högsta grad meningsfull. Nyheter om klimatet passar in i en pågående samhällsdiskussion om klimatförändringarna och vad som krävs för att motverka dem. Konsekvenserna av klimatförändringarna och effekten på vår livsmiljö gör att ”tröskelvärdet” som Galtung och Holmboe Ruge (1965) diskuterar passeras med råge. Även nyheter om enskilda personer och vardagliga händelser blir betydelsefulla när de presenteras mot bakgrund av klimatförändringarna. Utmaningarna ligger å andra sidan i att hitta nyheter om klimatet som passar in i mediernas publiceringsrytm, och att göra nyheterna så tydliga

som möjligt. Journalisterna poängterar också vikten av att inte förenkla bort helhetsbilden, och se till att forskning och större skeenden hela tiden följer med.

## **9.2 Forskningsfråga 2: Hur ser nyhetsvärderingen ut i relation till medielogiken?**

Att diskutera nyhetsvärdering är en ganska abstrakt historia, där man behöver beröra skillnaden mellan nyhetsvärdering och nyhetsurval. Nyhetsvärdering ska i princip enbart handla om hur ”bra” eller ”dålig” en nyhet är – nyhetsurval handlar om vad som faktiskt hamnar i tidningen eller radio-, och TV-programmet. Det är oftast där praktiska hinder och faktorer kommer in. Dock känns det relevant att poängtera att skillnaden mellan nyhetsvärderingar och nyhetsurval inte alltid är så glasklara. Det märks i synnerhet när potentiella nyheter redan i idéstadiet får stryka på foten till följd av andra som bättre passar in i medielogikens ramar, där det tydligaste exemplet i den här studien utgörs av nyheten om atmosfäriska vindar som inte passade onlineredaktionen på C:s arbetsplats. Alla medier har sina egna medielogiska ramar. De redaktionella processerna beskrivs som snarlika, med möten och dialoger med redaktörer och kollegor, men det framkommer också att journalisterna i studien har väldigt stor personlig frihet. A, som är regionreporter, skriver nyheter om klimatet som är anpassade till just A:s regionala publik. D skriver om PFAS-kemikalier, på grund av eget intresse, och att det blivit en fråga som tidningen bevakar extra noga. Huruvida klimatet ”ligger ihop” med vetenskapsredaktionen eller inte kan ha viss betydelse. Gör det inte det får kanske en del vetenskapliga nyheter om klimatet stryka på foten.

Likt Berglez (2011) förhåller sig intervjupersonerna i min studie till medielogiken genom att på olika sätt arbeta inom den. Konkreta nyheter ska gå fort och vara lätta att berätta om. Personliga öden är en användbar nyhetskrok, något som även Berglez (2011) och Galtung och Holmboe Ruge (1965) diskuterar. Dessutom kan det förstås som att även intervjupersonerna i den här studien ser klimatjournalistiken som något som kanske kommer att, eller borde, omdefiniera medielogiken som den ser ut idag, genom att slå ihop traditionella nyhetskategorier och göra klimatet till ett mer genomgripande bevakningsområde.

Sammanfattningsvis har medielogiken viss betydelse för nyhetsvärderingen. Kanske kan man säga att medielogiken har ”sista ordet” – i slutändan låter sig inte alla historier berättas i det begränsade nyhetsformatet, eller så måste de formuleras om. Kravet på ”klick”, eller hög läsar-, tittar-, och lyssnarstatistik gör det tydligt att ”negativa” nyheter ”går bäst”- samtidigt

lyfter en del av journalisterna behovet av fler ”positiva” eller åtminstone konstruktiva nyheter om klimatet. Å andra sidan poängterar de att nyheterna trots allt måste handla om fakta, och eftersom framtiden för klimatet inte ser särskilt ljus ut speglas det i nyheterna.

### **9.3 Forskningsfråga 3: I vilken mån styr nyhetsvärderingen av uppmärksamhetscykler?**

I klimatjournalistiken, liksom i övriga bevakningsområden, finns det händelser som återkommer under året. På klimatets agenda finns COP-möten. IPCC släpper rapporter, Naturvårdsverket kommer med utsläppssiffror och det klimatpolitiska rådet presenterar planer för hur den svenska klimatpolitiken ska utformas. I takt med att fler och fler klimatstrejker och aktioner bryter ut riktas rampljuset kontinuerligt mot klimatet, och skapar nya frågor som journalistiken tar på sig att besvara. Således förekommer vad Djerf-Pierre (2012) benämner som ”uppmärksamhetstriggers”, som gör att klimatet hamnar på agendan, allt från ett COP-möte till en rekordvarm sommar, eller när Aurora-gruppens stämning av svenska staten fungerar som en krok till en nyhet om att äldre kvinnor stämmer den schweiziska regeringen.

Men det finns mycket mer värt att nämna och undersöka när det kommer till att nyhetsvärdera klimatet. När D uttrycker att det är på lokal nivå ”det händer” illustrerar D det faktum att publiken trots allt vill ha, och kanske behöver, nyheter som ligger nära deras vardag. Ett stort internationellt klimatmöte är långt bort, även om svallvågorna förstås också når Sverige. Det klimatpolitiska rådets rapport kan fungera som en nyhetskrok, men klimatjournalisterna går verkligen inte sysslösa under mellantiden.

Tidigare studier om en klimatbevakning präglad av uppmärksamhetscykler är några år gamla. Även om fenomenet fortfarande är relevant idag, kanske ny forskning liknande Djerf-Pierres (2012) studie skulle behöva genomföras för att bättre bedöma om klimatbevakningen är och har varit cyklisk, säg, de senaste tio åren. De slutsatser jag kan dra av mina intervjuer med svenska klimatjournalister är dock att klimatet är, eller i alla fall borde vara, här för att stanna på mediernas såväl som publikens agenda. De lyfter fram andra klimatnyheter och verkar tycka att det, trots svårigheterna med att nå ut med klimatet, finns gott om annat att skriva om. Det liknar mer formen av en rakt uppåtgående pil än en cykel, även om Egan Sjölander (2016) noterade en viss minskning i antalet artiklar om klimat, miljö och djurfrågor år 2014 jämfört med år 2007. Det *post-problem-stage* som Downs (1972) beskriver kanske aldrig kommer att inträffa, eftersom det är osäkert om klimatet någonsin blir post-problem. Däremot skulle det vara intressant att undersöka hur den senaste tidens stora kriser, Covid-19 och Rysslands

fullskaliga invasion av Ukraina, påverkat klimatjournalistikens plats på den mediala agendan, eftersom det är belagt i tidigare forskning att stora internationella kriser gör att klimatets plats på agendan krymper. F nämner det kort, och hänvisar att en pandemi eller ett krig är omedelbara kriser med tydligare förankring i tid och rum.

#### **9.4 Forskningsfråga 4: Hur ser de intervjuade journalisterna på sin, och journalistikens roll, i att rapportera om klimatet?**

Från början var inte tanken att den här frågan skulle finnas med i studien, men när jag avslutat intervjuerna visade det sig att materialet ändå innehöll resonemang som besvarar den. Det blev tydligt att klimatfrågan väcker engagemang, och att den inte är helt lätt att kombinera med traditionellt journalistiskt arbete.

I princip alla intervjuade journalister betonar vikten av att publiken kan ta till sig, och förstå, allvaret i klimatfrågan. De resonerar också kring sin roll och kring medias roll i stort, i att upplysa publiken om frågan. Deras resonemang visar på en medvetenhet om den dagordningsmakt medierna har (McCombs & Shaw 1972), och en önskan hos journalisterna att förvalta den väl. När vi resonerade om svårigheterna med att balansera ”viktiga” nyheter med nyheter som intresserar publiken framkom tankar från vissa av dem om att det är journalistikens ansvar att skildra klimatfrågan på ett sådant sätt att publiken vill, och kan, ta till sig den. På så sätt går deras resonemang i den här frågan igen i vilka nyheter som väljs ut. Konkreta och vardagsnära, som berättas med ett så okomplicerat språk som möjligt. Däremot betonar ett par av dem vikten av att behålla forskning och det större sammanhanget i bakgrunden. Läsaren får aldrig tappa bort klimatkrisens allvar.

Ska klimatjournalistiken förmedla hopp eller inte? Journalisterna resonerade lite olika i den frågan. Å ena sidan kan ett visst hopp vara nödvändigt för att publiken ska orka ta till sig budskapet, gärna genom en konstruktiv lins av typen ”det här kan du göra för klimatet”. För hopp finns, men även det bör behandlas med varsamhet. Ett hopp är alltid ett hopp för någon, oavsett om det är för klimataktivisterna, fossilindustrin eller gemene person. Klimatfrågan innebär onekligen en fin balansgång och navigering mellan olika röster som vill höras. Mediernas tidigare nämnda dagordningsmakt är också väl känd bland de som vill nå ut med sina budskap (Lester 2010). Det kräver att journalisterna är tydliga med vem som säger och står för vad, men också vad som är fakta. Samtliga journalister diskuterar vikten av att innehållet hela tiden bör bygga på fakta, och att klimatförändringarna inte är fråga om vad

som är rätt och fel. Olika åsikter i klimatdebatten kanske snarare handlar om olika sätt att tackla krisen på, eller olika politiska åsikter.

Baserat på journalisternas resonemang framstår det som att de tar rollen som klimat- och miljöreporter på största allvar. Det går att urskilja en önskan om att mediernas dagordningsmakt förvaltas väl, för att på så sätt lyfta klimatfrågan och säkerställa att budskapet når fram.

## 10. Diskussion

Syftet med den här studien har varit att undersöka hur klimatnyheter värderas i förhållande till varandra. Jag har också ämnat undersöka hur medielogiken spelar in vid nyhetsvärderingen, på vilket sätt nyhetsvärderingen förhåller sig till klimatjournalistikens uppmärksamhetscykler och slutligen hur klimatjournalister ser på sin och journalistikens roll i att upplysa om klimatförändringarna.

Hur berättar man om klimatkrisen? Vad berättar man, och vems berättelse är det man framför? Vilken roll spelar klimatjournalistiken och klimatjournalisterna i den större, samhälleliga berättelsen om klimatförändringarna? Att studera nyhetsvärdering i klimatjournalistiken kan vid första anblicken kännas väldigt långt ifrån att besvara de frågorna. Det har dock visat sig att det är faktorer som oundvikligen måste beröras. Klimatfrågan bränner, och det märks. Genom att välja intervjuer som metod har jag räknat med att behöva vara extra öppen för att materialet delvis kan besvara andra frågor än de jag från början ställt, vilket också delvis blev fallet. En renodlad studie i nyhetsvärdering blir troligen som bäst om deltagande observationer kombineras med intervjuer och innehållsanalyser, vilket Strömbäck (2019) också poängterar. Kanske hade det då också fallit sig mer naturligt att fokusera på nyheter som väljs bort. Den här studiens fokus hamnade i första hand på nyheter som valts ut, eller kanske snarare vad de har gemensamt. Att intervjua journalisterna gav mig möjlighet att ställa frågor om *hur* de tänker kring vilka händelser som till slut blir nyheter.

Att nyhetsvärdera miljön och klimatet framstår på många sätt som en omöjlig uppgift. Att det konkreta och vardagsnära får slagsida i rapporteringen säger något om både nyhetsvärdering, medielogik och om klimatrapportering i stort. Människan behöver ta till sig även en så stor fråga som klimatet utifrån sin horisont. Galtung och Holmboe Ruges (1965) nyhetsfaktorer går att identifiera även i den här studiens resultat, likaså balansen mellan intresse och vikt som



Johansson (2008) tar upp. Samtidigt är klimatfrågan till sin natur svår att trycka in i färdiga nyhets-, - och medielogiska ramar. Den är oförutsägbar, vetenskaplig och abstrakt. Ändå är den livsviktig, och på det sättet kanske den bättre än någon annan fråga uppfyller kriterierna för vad som anses ha nyhetsvärde. Man måste hålla rätt på språket, komma ihåg vem som är mottagare av budskapet. Klimatjournalisten behöver balansera intressen från olika grupper, och adressera den egna rollen i nyhetsarbetet. Kanske kan klimatjournalistiken komma att ställa medielogiken på sin spets, och om några år kanske det inte längre finns något som heter klimatjournalistik.

Klimatfrågan utmanar gamla vedertagna journalistiska ideal, som objektivitet och opartiskhet. Men Rhaman (2012) och Lester (2010) lyfter fram andra viktiga journalistiska ideal som ställs på sin spets när det kommer till klimatjournalistik; att granska makten, och att stå på den drabbades sida. Frågan är om det överhuvudtaget går att vara objektiv och opartisk när så mycket står på spel. Eller kanske är det då viktigare än någonsin att vara just det. Kanske kommer klimatfrågan att tvinga journalistiken att vara modigare, och tydligt redovisa vad som är fakta, och vilket nödläge vi befinner oss i.

## **11. Förslag till vidare forskning**

För framtida studier är det relevant att fokusera på vilken roll klimatjournalisternas personliga engagemang och intresse spelar för hur bevakningen ser ut i stort. Det är också relevant att vidare undersöka relationen mellan miljörelser och media, men kanske minst lika viktigt att undersöka relationen mellan media och industrier som verkar för att ta fram hållbara tekniska klimatlösningar. Det är också relevant att undersöka hur mycket av klimatbevakningen som ”personifieras” – här tänker jag i synnerhet på nyheter om Greta Thunberg, och vilken roll hennes klimatengagemang har spelat för klimatfrågans plats på den mediala dagordningen. Det skulle också kunna vara intressant att titta på hur fall där klimataktivisterna blivit dömda för brott gestaltas i media och kanske göra en jämförelse med hur andra typer av brottslighet gestaltas.

Nya studier av innehåll liknande Djerf-Pierre (2012) skulle vara bra för att kunna se hur klimatjournalistikens uppmärksamhetscykler ser ut idag. Särskilt intressant kommer det vara att i framtiden studera hur mycket (eller lite) uppmärksamhet klimatfrågan har fått under åren 2020–2023, som präglats av en pandemi och sedan ett krig i Europa, med efterföljande ekonomisk kris. För nyhetsvärdering är det alltid önskvärt med fler etnografiska

observationsstudier på redaktioner, för att bättre utforska och kartlägga i vilka redaktionella processer som nyheter, inte bara om klimatet, mejslas fram. Jag hoppas också att fler studier väljer att i framtiden fokusera på klimatjournalistik i lokal och regional media, i synnerhet som så mycket av klimatbevakningen trots allt hamnar på en ”konkret” och ”vardagsnära” nivå.

Något som kom fram i en del av intervjuerna, och som kan tänkas vara intressant att studera i relation till ett alltmer polariserat samhällsklimat både i och utanför klimatdebatten, är hur klimatjournalister hanterar hat och hot. Det har inte funnits utrymme att behandla det i den här studien, men jag hoppas att det i framtiden kommer att finnas det. Likaså behövs ytterligare forskning kring klimatjournalistikens relation till desinformation och ”fake news” – något som är nära besläktat med forskning om källorna och deras inflytande. I den här studien har begreppet ”falsk balans” diskuterats och journalisterna har lyft vikten av att rapportera om klimatet utifrån vetenskapligt korrekta fakta.

## Referenslista

Anderson, A. (2009) Media, Politics and Climate change: Towards a New Research Agenda. *Sociology Compass* 32(10), 166–182, DOI:[10.1111/j.1751-9020.2008.00188.x](https://doi.org/10.1111/j.1751-9020.2008.00188.x) Hämtad: 2023-01-30.

Aspers, P. (2011) *Etnografiska metoder*. Stockholm: Liber.

Berglez, P. (2011) Inside, outside and beyond media logic: journalistic creativity in climate reporting. *Media, Culture and Society*, 33(3) s. 449-465. DOI: <https://doi.org/10.1177/0163443710394903>. Hämtad: 2023-04-29.

Berglez, P. Olausson, U. (2014) Media and climate change: Four long-standing research challenges revisited. *Environmental Communication*, 8:2, 249-265, DOI: 10.1080/17524032.2014.906483. Hämtad: 2023-01-20.

Carrington, D. (2019) Why the Guardian is changing the language it uses about the environment. *The Guardian*, 17 maj. <https://www.theguardian.com/environment/2019/may/17/why-the-guardian-is-changing-the-language-it-uses-about-the-environment> [2023-05-15]

- Djerf-Pierre, M. (2012) Green metacycles of attention: Reassessing the attention cycles of environmental news reporting 1961–2010. *Public Understanding of Science*, 22(4), s. 495–512. <https://doi.org/10.1177/0963662511426819>. Hämtad: 2023-02-09
- Djerf-Pierre, M. (2013) The greening of the news: The institutionalization of “the environment” in television news reporting 1961-1973. I: Djerf-Pierre, M. Ekström, M (red.) *A history of Swedish broadcasting: Communicative ethos, genres and institutional change* (s. 283-304).
- Djerf-Pierre, M. Olausson, U. (2019) Miljöjournalistik. I: Karlsson, M. Strömbäck, J (red.) *Handbok i journalistikforskning*. Lund: Studentlitteratur.
- Downs, A. (1972) Up and down with ecology – the “issue-attention cycle”. *Public Interest*, 28, 38–50.
- Egan Sjölander, A. (2016) Journalistik om miljö, klimat och djurfrågor – en konstant historia? I: Truedson, L. (red) *Journalistik i förändring – om Mediestudiers innehållsanalys 2007 och 2014* (s. 107–115). Stockholm: Institutet för Mediestudier.
- Eide, E. (2012) An Editorial that Shook the World... - Global Solidarity vs. Editorial Autonomy. I: Eide, E., Kunelius, R (red.) *Media Meets Climate – The Global Challenge for Journalism*. Göteborg: Nordicom.
- Ekström, M. Larsson, L. (2019) Kvalitativa intervjuer. I: Ekström, M. Johansson, B. (red.) *Metoder i medie- och kommunikationsvetenskap*. Lund: Studentlitteratur.
- Ekström, M. Waldenström, A. Westlund, O. (2019) Etnografiska observationer. I: Ekström, M. Johansson, B (red.). *Metoder i medie- och kommunikationsvetenskap*. Lund: Studentlitteratur.
- Galtung, J. Holmboe Ruge, M (1965) The structure of foreign news. *Journal of Peace Research*. Vol.2 No.1 pp 64–91. <https://www.jstor.org/stable/423011> Hämtad: 2023-03-14.
- Ghersetti, M. (2012) Journalistikens nyhetsvärdering. I: Nord, L. Strömbäck, J (red.). *Medierna och demokratin*. Lund: Studentlitteratur.
- Johansson, B. (2008) *Vid nyhetsdesken. En studie av nyhetsvärdering vid svenska redaktioner*. Demokratiinstitutet: Sundsvall. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:226990/fulltext01.pdf> (Hämtad 2023-03-13).

- Lester, L (2010) *Media & Environment*. Cambridge: Polity Press.
- Rhaman, M. (2012) Applying Advocacy in Climate Change – The Case of Bangladesh. I: Eide, E. Kunelius, R (red.). *Media Meets Climate – The Global Challenge for Journalism*. Göteborg: Nordicom.
- Shehata, A. (2019) Journalistikens dagordningar och gestaltningar. I: Karlsson, M. Strömbäck, J (red). *Handbok i journalistikforskning*. Lund: Studentlitteratur.
- Strömbäck, J. (2014) *Makt, medier och samhälle. En introduktion till politisk kommunikation*. Lund: Studentlitteratur.
- Strömbäck, J. (2019) Journalistikens nyhetsurval och nyhetsvärderingar. I: Karlsson, M. Strömbäck, J. (red.) *Handbok i journalistikforskning*. Lund: Studentlitteratur.
- Södertörns högskola (2022) *Riktlinjer för studenters behandling av personuppgifter i studentarbeten vid Södertörns högskola*.  
<https://www.sh.se/download/18.5d795a70184b929ff0b3c530/1670840271182/Riktlinjer%20f%C3%B6r%20studenters%20behandling%20av%20per> Hämtad: 2023-05-22.
- Trost, J. (2010) *Kvalitativa intervjuer*. Lund: Studentlitteratur.
- Wolodarski, P. (2020) Därför bjöd jag in Greta Thunberg som chefredaktör. *Dagens Nyheter*, 25 oktober. <https://www.dn.se/ledare/peter-wolodarski-darfor-bjod-jag-in-greta-thunberg-som-chefredaktor/> [2023-05-15]

## **Bilagor**

### **Bilaga 1: Missivbrev**

Hej!

Jag studerar just nu c-kursen i journalistik vid Södertörns högskola i Stockholm, som en del i programmet journalistik med samhällsstudier, inriktning sociologi. Jag har valt att skriva min c-uppsats om nyhetsvärdering i klimatjournalistiken. För att få en förståelse för hur potentiella klimatnyheter värderas vill jag göra kvalitativa intervjuer med reportrar och redaktörer som bevakar klimat- och miljöfrågor, med särskilt fokus på klimatförändringar.

För att bilda mig en uppfattning om hur nyhetsvärderingen går till kommer jag bland annat ställa frågor om arbetssätt och redaktionella processer. Intervjun kommer också att beröra teman som framkommit i tidigare forskning om klimat- och miljöjournalistik, till exempel uppmärksamhetscykler och källornas betydelse för nyhetsinnehållet. Huvudfokus är dock vad du som journalist upplever som intressant och relevant att bevaka.

Intervjun beräknas ta runt 30–45 minuter och behöver spelas in för att sedan kunna transkriberas. Jag finns i Stockholmsområdet och där kan jag genomföra intervjuer på plats. I annat fall går det bra med digitala intervjuer via zoom. Intervjuerna genomförs helst under vecka 14 och 15. Ditt medverkande i studien är frivilligt och kan när som helst avbrytas. Du är anonym, vilket innebär att du får ett fingerat namn. För att ge en kontext åt analysen kommer din arbetsplats att beskrivas ytligt, exempelvis ”public service-media” eller ”lokaltidning”. Materialet ska endast användas i den här studien och du kommer att få möjlighet att läsa igenom dina svar innan publicering. Efter avslutad och godkänd studie förstörs materialet.

Hoppas det låter intressant!

Med vänliga hälsningar,  
Linn Lindblom Pääjärvi  
Handledare: Malin Picha Edwardsson

## Bilaga 2:

### Intervjuguide (frågor att utgå ifrån och samtala kring)

- **Standardfrågor**
- Hur länge har du arbetat med att bevaka klimatfrågor?
- Hur länge har du varit på arbetsplatsen?
- Varför bevakar du just klimatfrågor?
- Vilken redaktion tillhör du och hur ser ”strukturen” ut? Hur många är ni som jobbar med klimatfrågor?
- Skiljer ni på klimatnyheter och miljönyheter? På vilket sätt?

#### 1. Forskningsfråga: Hur ser de redaktionella processerna ut, från idé till nyhet?

- Hur ser en arbetsdag ut?
- Var hittar du idéer, eller uppslag, till nyheter?
- Hur mycket bestämmer du själv (om vad som är värt att bevaka)?
- Hur mycket bestämmer du i samråd med nyhetschef/redaktör?
- Hur ofta matchar nyhetsvärdering och urval? Är det högt värderade nyheter som till slut hamnar i sändning, eller i tidningen?

#### 2. Forskningsfråga: Hur värderas potentiella klimatnyheter?

- Vad krävs för att något ska bli en klimatnyhet, och varför?
- Vad utmärker en klimatnyhet med högt nyhetsvärde, och varför?
- Finns det ett samlat dokument, eller tydliga riktlinjer för hur nyheter ska värderas, på arbetsplatsen?
- Är du nöjd med hur potentiella nyheter värderas? Vad önskar du att det fokuserades mer eller mindre på?
- Tidigare studier om nyhetsvärdering har diskuterat balansgången mellan vad som är viktigt för publiken att veta, och vad publiken är intresserad av, eller vill ha. Vad tänker du om det?
- Vilka nyheter får högst läsar/tittar/lyssnarsiffror?
- Hur tänker du kring att rapportera om något så skrämmande som klimatet? Hur får man publiken att hålla hoppet uppe?

#### 3. Forskningsfråga: I vilken mån styrs nyhetsvärderingen av s.k uppmärksamhetscykler?

- När är intresset som störst för nyheter om klimatet (eller när rapporterar ni som mest)?
- Hur jobbar du, eller redaktionen, för att lyfta frågor om klimatet i perioder när frågan får mindre ”draghjälp” (av till exempel ett klimatmöte)?

**Bonusfrågor:**

- Hur rapporterar man om något där forskningen är så enig (med tanke på att nyheter ofta handlar om att redovisa olika ståndpunkter?)
- Tidigare forskning om krisjournalistik har visat att rapporteringen ofta kretsar kring frågor om skuld och ansvarsutkrävande. Hur tänker du kring det, eftersom klimatfrågan ofta beskrivs i termer av klimatkris?
- Hamnar du någon gång för nära ditt ämne?