

Enheten för medie-och kommunikationsvetenskap
MKVA21:4 Uppsats
Vårterminen 2011



Skildringen av E-nummerdebatten i svensk storstadspress

En granskning av storstadspressens profilering av livsmedelstillsatser

Av: Victoria Edman och Petra Görman
Handledare: Tina Askanius

Sammanfattning

I det mediala samhälle vi lever i idag påverkar massmedia i allt större utsträckning vår verklighetsuppfattning. Media har därav ett stort ansvar för att skildra och förmedla en oberoende bild av verkligheten. Under de senaste åren har E-nummer, dvs. livsmedelstillsatser, förekomst i vår mat livligt diskuterats i massmedia. Media har kommit att kalla debatten ”matupproret”. Startskottet för den mediala debatten kan sägas vara Mats-Eric Nilssons bok *Den hemlige kocken*. Det som grundar för intresset av uppsatsen är att E-nummer i massmedia inte kommit till sin rätt utan erhållits en orättvis bild. Undersökningens primära mål och syfte är att utvinna en ökad förståelse för hur E-nummer debatten skildras i svensk storstadspres. Utgångspunkten i uppsatsen är dels en kvantitativ innehållsanalys vars syfte är att ge en generell överblick och en ingång till debatten, dels en kvalitativ retorikanalys vars syfte är att mer djupgående analysera hur E-nummer skildrats i svensk storstadspres. I den kvantitativa analysen har vi räknat på förekomsten av framtagna variabelvärden i texterna, för att sedan ha ställt dem i relation till varandra. I den kvalitativa analysen har vi analyserat i vilken *kontext* och *genre* texten tillhör, hur *dispositionen* är och hur begreppen *ethos*, *logos* och *pathos* används i texterna. Det empiriska material som ligger till grund för undersökningarna är debattartiklar i storstadspres från år 2007 fram till nuvarande tidpunkt (2011). Resultatet av undersökningen visar på att svensk storstadspres utifrån det empiriska materialet visar på en tydlig dominans av artiklar med en negativ värdering till E-nummer, ofta uppbackade av känsloladdade argument som underbyggs av främst journalister. Artiklar med positiv värdering av E-nummer får följaktligen inte samma utrymme i svensk storstadspres, och är uppbackade av sakliga argument som till största del underbyggs av forskare inom området.

Nyckelord: Livsmedelstillsatser, E-nummer, Marie- Louise Danielsson Tham, Mats-Eric Nilsson, Den hemliga kocken, matupproret, retorik.

Enheten för medie- och kommunikationsvetenskap
Av: Victoria Edman och Petra Görman
Titel: Skildringen av E-nummerdebatten i svensk storstadspres

Innehållsförteckning

1. Inledning och Bakgrund	4
2. Syfte och frågeställning.....	5
3. Metod	6
3.1 Varför en kvantitativ innehållsanalys?	6
3.2 Vad ska undersökas?	6
3.3 Tillvägagångssätt.....	7
3.4 Variabeldefinitioner.....	8
3.4.1 Negativ, positiv och neutral.....	8
3.4.2 Forskare, journalister, medborgare, talesmän och undersökningar	9
3.5 Kvalitativ innehållsanalys	10
3.6 Urval och tillvägagångssätt	10
3.7 Metodkritik.....	11
3.8 Bortfall	11
4 Teori	12
4.1 Retoriskt perspektiv.....	12
4.2 Retorik - Historia.....	12
4.3 Retoriken	12
5.1 Kvantitativ analys: Resultat av E-nummer debatten i siffror	15
5.1.1 Värdering.....	16
5.1.2 Aktörer & Expert.....	17
5.1.3 Vilket år?	19
5.2 Retorikanalys.....	20
5.2.1 Kontext	20
5.2.2 Disposition.....	21
5.2.3 Kontext	22
5.2.4 Disposition.....	23
6. Slutsats	25
6.1 Vidare analys.....	26
7. Källförteckning.....	27

1. Inledning och Bakgrund

Media bestämmer inte hur vi ska tänka utan vad vi ska tänka på. Media har onekligen en inverkan på gemene man, har man inga djupare kunskaper inom det debatterade ämnet blir media dessutom den primära informationskällan. Konsumentintresset och medvetenheten kring vad maten vi stoppar i oss innehåller har alltid varit ett hett ämne. I såväl tidningar som TV kan vi ta del av olika råd och tips om hur och vad vi bör tänka på och äta för att få i oss den ”bästa” kosten. När mat har debatterats i massmedia under de senaste åren har debatten i mångt och mycket kretsat kring livsmedelstillsatser, närmare bestämt E-nummer. E-nummer är livsmedelstillsatsernas identitetsnummer där "E" talar om att de är godkända av EU. Alla E-nummer som finns i livsmedel är bedömda utifrån en bred vetenskaplig grund¹. I jakten på den ”bästa” maten och kosthållningen tar många intryck av vad media förmedlar, men vet vi egentligen vad vi äter? Den här frågan ställde Mats- Eric Nilsson, även kallad *Den hemlige kocken*, sig själv då han gjorde en ”upptäckt” om hur mycket tillsatser det finns i vår mat. Efter flera års undersökningar och reflektioner komponerade journalisten Mats-Eric Nilsson en bok som skulle visa sig vara startskottet för en intensiv debatt i massmedia. Boken *Den hemlige kocken* behandlar produktionen av livsmedel innan de hamnar i vår ugn, vilket fusk som livsmedelsföretag använder och substitut som kan vara ohälsosamma². Marie- Louise Danielsson Tham, professor i livsmedelshygien vid Örebro universitet har porträtterats som motpol i den offentliga debatten till Mats-Eric Nilssons negativa framställning av E-nummer i våra livsmedel. Genom bl.a. henne togs nya frågor upp. Hon fick snabbt gensvar från läsare och övriga aktörer, några höll med medan andra ifrågasatte hennes logik. En lång och het debatt utvecklades och debatten kring E-nummer växte. Denna debatt har i massmedia fått namnet ”matupproret”.

¹ (<http://www.slv.se/sv/Fragor--svar/Fragor-och-svar/Tillsatser> [2011-04-17])

² (<http://www.adlibris.com/se/product.aspx?isbn=9170373892> [2011-04-25])

2. Syfte och frågeställning

Kring ämnet E-nummer kan det hävdas att det finns ett gap mellan vad E-nummer är och hur media profilerar detta ämne. Eftersom media är en del av vår vardag vare sig vi är medvetna om det eller inte, är det relevant att studera mer ingående hur media återger E-nummer i debatten. Syftet med uppsatsen är att utvinna en ökad förståelse för hur E-nummerdebatten skildras i svensk storstadspress, såväl kvantitativt som kvalitativt.

Den övergripande frågeställningen för att uppnå syftet i studien är följaktligen: *Hur har E-nummerdebatten skildrats i svensk storstadspress?* Följande frågor ämnar besvara ovanstående frågeställning i en kvantitativ innehållsanalys vars syfte är att ge en generell överblick av debatten i svensk storstadspress. *Vilken värdering har E-nummer i svensk storstadspress? Vem är aktörer och experter i artiklarna och vilka samband har värderingarna av E-nummer i artiklarna i förhållande till år, aktör och expert?*

Den kvalitativa studiens syfte är att med hjälp av ett retoriskt perspektiv mer djupgående analysera hur E-nummer skildras i svensk storstadspress, detta genom att besvara följande frågor i analysen av texterna: *Vad spelar kontext, genre och disposition för roll i skildringen av E-nummerdebatten i svensk storstadspress? Hur använder författaren de retoriska begreppen: Ethos, logos och pathos för att övertyga sina läsare?*

3. Metod

De metoder som ligger till grund för undersökningen är en större kvantitativ innehållsanalys med hjälp av ett kodschema och en mindre kvalitativ innehållsanalys ur ett retoriskt perspektiv, då metoderna syftar till att belysa olika aspekter i undersökningen. I följande avsnitt behandlas metoden för kvantitativ innehållsanalys, samt för kvalitativ innehållsanalys, mer ingående. Vi förklarar varför vi valt att använda oss av metoderna och ger en beskrivning av urval och tillvägagångssätt i undersökningarna. I strukturen av uppsatsen har vi utgått ifrån vad Jarl Backman skriver i sin bok *Rapporter och uppsatser* (Backman.2008).

3.1 Varför en kvantitativ innehållsanalys?

”Den kvantitativa innehållsanalysen är en förtjänstfull metod när man vill göra ett större material tillgängligt för analys” (Nilsson, 2000:111). Grunden för valet av en kvantitativ innehållsanalys i undersökningen är att på ett smidigt och strukturerat sätt kunna behandla och rättfärdiga den större mängd empiriskt material som ligger till grund för den kvantitativa undersökningen. På så sätt ges en generell överblick av hur svensk storstadspress skildrar E-nummerdebatten (Nilsson, 2000:111f). Denna utformning är viktig i studien för att kunna koda de samband som ligger till grund för undersökningsområdet.

”Med tiden har det svenska språkbruket lett till att termen enkät kommit att betyda just frågor som besvaras med den svarandes egen hand” (jmf Trost.2007: 9). Med andra ord är ett tillvägagångssätt i undersökningen som baseras på ett genomförande av en enkätstudie inte aktuell att utföra, då den kvantitativa undersökningen syftar till att tydliggöra och lyfta fram de generella samband som kan tänkas finnas i det empiriska underlaget. Genom en kvantitativ innehållsanalys förväntas undersökningen ge välgrundad kunskap över bl.a. förekomst och omfattning av olika aktörer, aktörers åsikter och vinkling av E-nummer i det empiriska materialet.

3.2 Vad ska undersökas?

Eftersom diskussionen kring E-nummer är en pågående debatt i massmedia är urvalet i undersökningen avgränsat till debatt- och faktaartiklar i tryckt form, då det är information ur detta urval som speglar debatten tydligast. Den mediala debatten om E-nummer har i mångt och mycket färgats av Mats- Erik- Nilsson åsikter och hans böcker, *Den hemliga kocken*, *Döden i grytan* och *Äkta vara*. Därför har tidsperioden för urvalet anpassats efter böckernas

utgivningsår 2007-2011 (Nilsson, 2000:121). För att undersökningen ska bli hanterbar har fokus lagts på storstadspress, närmare bestämt Aftonbladet, Svenska Dagbladet, Sydsvenskan, Dagens Nyheter, Expressen / Kvällsposten, och Göteborgs posten, då de speglar större delar av Sverige och inte bara avgränsade regionala områden. Detta val av fokus har gjorts för att minska risken att underlaget i undersökningen inte blir representativt, då storstadspressen måste ta större hänsyn till ämnen som berör den allmänna opinionen. Storstadspressen har även störst möjlighet att skapa och bibehålla eventuella diskurser i samhället då de täcker en större läskrets (Nilsson, 2000:120ff).

3.3 Tillvägagångssätt

I tillvägagångssättet för en kvantitativ innehållsanalys är det viktigt att vara systematisk och objektiv, då målet är att andra forskare med samma material som underlag ska komma fram till samma resultat (Östbye, Knapskog, Helland, Larsen.2004:213). För att få fram ett representativt material för undersökningen har därför ett obundet slumpmässigt urval genomförts av artiklarna i databasen Mediearkivet. Metoden syftar till att få fram en fullständig översikt över alla inom det tänkta urvalet, och därefter slumpmässigt dra en medlem ur populationen tills man har fyllt kvoten (Östbye et al.2004: 246). För att få fram artiklar som ligger inom ramen för urvalet inleddes studien med att söka efter artiklar med de övergripande begreppen *livsmedelstillsatser* och *E-nummer*. Genom att söka efter dessa övergripande begrepp fick vi en lättare ingång till att hitta de artiklar som behandlar undersökningsområdet (Östbye et al.2004: 213). Sökningen frambringade ca 300 artiklar. När den grundläggande populationen för urvalet tagits fram genomfördes en gallring, där varannan artikel valdes tills det fanns 35 artiklar kvar. Ett obundet slumpmässigt urval säkerställer "...att inom vissa gränser som vi kan beräkna är de som dras representativa för alla som är med i populationen på alla *dimensioner* (variabler)" (Östbye et al.2004: 246). Med andra ord grundar metoden för goda möjligheter till ett representativt urval, och därmed en grund för reliabilitet i undersökningen dvs. tillförlitlighet i det empiriska materialet. Alla artiklar inom urvalet för undersökningen har då lika stor sannolikhet att bli valda. Oavsett viken observation man än väljer att använda blir det dock alltid en viss skillnad mellan hur verkligheten ser ut och det resultat man får fram genom observationen av materialet, då vi inte kan greppa alla detaljer om verkligheten. Vid användning av obundet slumpmässigt urval ska det tas i beaktning att det är svårt att få en bild av hela populationen, vilket kan bidra till att det blir lägre representativitet i analysen (Östbye et al.2004: 246).

De framtagna texter som ligger till grund för undersökningen kodades med hjälp av ett kodschema i databasen SPSS (se bilaga 1). ”Kodning är den del av analysen som delar upp materialet och möjliggör analys” (Aspers. 2007:157). Med andra ord delades texterna upp i olika ”grupper” som gjorde det möjligt att analysera materialet. Ett kodschema består av variabler, vilka har tagits fram genom att operationalisera frågeställningen dvs. frågeställningen bröts ner i följande konkreta frågor som sedan har ställts till texten. *Vilken tidning? Från vilket år är artikeln? Vilka aktörer får komma till tals? Vem är ”experten” i artiklarna? Vilken framställning har E-nummerbegreppet i artikeln, Positiv/ negativ/ neutral?* Variablerna i kodschemat fungerar följaktligen som verktyg i analysen för att karakterisera innehållet (Nilsson.2007:124). I Kodschemat har alla variabler och variabelvärden fått en siffra som kod som sedan har ”fyllts på” med innehållet i kodad version i kodschemat (Nilsson.2007:133). Variablerna i undersökningen har utarbetats för att spegla frågeställningen, för att på så sätt erhålla hög validitet dvs. ”hur pass relevanta de är i förhållande till frågeställningen” (Östbye et al.2004: 40), då det annars kan uppstå mätfel i undersökningen. Det är därför viktigt att ha klart för sig vad som ska undersökas så att frågeställningen bryts ner till mätbara variabler, resultatet riskerar annars att falla platt (Nilsson.2007:124). När kodschemat var klart testades det på tio artiklar för att se om det fanns eventuella brister. Då visade det sig att variabeln ”vem är aktör i artikeln” och ”vem är expert i artikeln” hade för få variabelvärden. För att vi inte skulle tvingas svara under en felaktig variabel utökade vi med två nya variabelvärden, ”talesmän” och ”undersökningar”, en förklaring till dessa variabler återfinns under variabeldefinitioner (Nilsson.2007:133f). När kodningen var klar i SPSS framställdes 2 tabeller som presenteras i den kvantitativa analysen. Utifrån tabellerna har sedan variablerna ställts i relation till varandra.

3.4 Variabeldefinitioner

För att förhindra eventuell förvirring och försämring av validitet ämnar vi att nedan tydliggöra en del värderande variabelvärden och variabler.

3.4.1 Negativ, positiv och neutral

När det gäller att värdera framställningen av E-nummerbegreppet i artiklarna så är tanken att detta ska ske på en trestegsskala med graderingen positiv, negativ och neutral. Då dessa kan ses som ganska diffusa begrepp ska de förklaras mer utförligt. Om en artikel hänvisar till att

E-nummer är farliga eller bör tas bort kategoriseras de under variabelvärdet negativ värdering. Det finns följaktligen en underliggande åsikt angående E-nummer i debattartiklarna som framförhåller att ”naturligt” är bäst. Som motpol till dessa artiklar finns det som kan benämnas som positiv. Artiklarna som kategoriseras som positiva syftar till att E-nummer är nödvändiga och få är skadliga. Artiklarna tar här upp och belyser fördelar med E-nummer och hänvisar främst till forskare och okunskap hos ”E-nummerpessimister”. Finns det en början och ett slut så måste det finnas en mitt och därför har även de neutrala tagits med i graderingen för att inte få ett missvisande resultat (Nilsson.2000:124). Artiklarna inom den neutrala kategorin hänvisar till en större nyansering av debatten och tar inte någons sida utan visar på det ”dåliga” samt det ”bra” med E-nummer. Genom denna variabel så ämnas profileringen av E-nummer att undersökas, för att förstå hur massmedia kan påverka den allmänna diskursen.

3.4.2 Forskare, journalister, medborgare, talesmän och undersökningar

Graderingen i kodschemat av forskare, journalister, medborgare, talesmän och undersökningar avser att göra en redogörelse av vem som får komma till tals i debattartiklarna, samt vem som framställs som expert. För att undvika eventuell förvirring vill vi tydliggöra att vi med variabeln *expert* menar en person som av författaren av artikeln framställs ha stor sakkunskap inom ett givet ämne, i detta fall livsmedelstillsatser dvs.

E-nummer. Med variabelvärdet *forskare*, menar vi personer i medietexten som har bakgrund och forskat inom det debatterande ämnet. Variabelvärdet *journalist* är en person med en journalistutbildning eller anställd på en redaktion ex: Mats-Eric Nilsson. Variabelvärdet *medborgare* ska avse att spegla de medietexter som har tagit fasta på reflektioner av personer i samhället utan att ha forskat inom ämnet eller har en journalistutbildning. Variabelvärdet *talesmän* avser att precis som hörs på namnet spegla talesmän från olika företag, t.ex. hälsoansvarige på ICA. Variabeln *undersökningar* är när artikeln bygger på undersökningar t.ex. SIFO.

För att förebygga eventuell förvirring är det värt att nämna för att Expressen och Kvällsposten är satta under samma variabel, då de tillhör samma publikationsförlag.

3.5 Kvalitativ innehållsanalys

”Den kvalitativa innehållsanalysen framställdes som en metod ägnad att fånga och förstå också medietexternas bakomliggande innebörd” (Östbye et al. 2004:64). Grunden för valet av en kvalitativ undersökning av det empiriska materialet är därav att gå mer in på djupet i texterna för att få en djupare förståelse av E-nummerdebatten. Ett retoriskt perspektiv tillämpas i analysen av det empiriska materialet, då retorik handlar om att göra det möjligt för gemene man att föra sin talan. Med andra ord ger en retorikanalys möjlighet till att kunna se och reflektera kring de medel retorikern använder (Mral 2000: 151ff), och kompletterar därmed det kvantitativa tillvägagångssättet på ett positivt sätt. Retorikanalysen kan kortfattat beskrivas som en kvalitativ innehållsanalys av symptomal läsart ur ett retoriskt perspektiv, vilket innebär att man läser och granskar texter för att få en förståelse för den dolda betydelsen som kan finnas mellan raderna (Östbye et al. 2004: 238).

3.6 Urval och tillvägagångssätt

Det empiriska material som ligger till grund för den kvalitativa innehållsanalysen har tagits fram med hjälp av ett klusterurval. ”Klusterurval är en genväg från en dålig eller kostsam urvalsram och gäller om urvalet ska göras i ett eller flera steg.” (Johansson.2000:86). Det slumpmässigt obundna urval som ligger till grund för den kvantitativa undersökningen ligger även till grund för den kvalitativa innehållsanalysen. Ett startegiskt urval av två debattartiklar genomfördes sedan utifrån det empiriska underlaget, eftersom den kvalitativa studien ämnar ge en inblick i hur E- nummerdebatten skildras och inte i första hand vara representativ för debatten i helhet (Sandberg. 2004:82ff). I analysen av materialet har det tillämpats en retorikanalys, då retorikanalysen uppmärksammar vad t.ex. klangen i texten kan betyda för hur E- nummer profileras svensk storstadspress. Analysen har genomförts enligt en semistrukturerad analysmall, som ämnar skapa ett systematiskt tillvägagångssätt utan att hämma vidare reflektioner (se bilaga 2). Retorikanalysen har dock inte följts slaviskt utan anpassats och applicerats efter arbetets gång. Precis som Östbye et al. (2004) tar upp i sin bok *Metodbok för medievetskap* så gäller det att vara beredd att studera detaljer men även det stora hela. Detaljer kan nämligen få oss att missa helheten. ”Man ser inte skogen för bara träd” (Östbye et al. 2004: 238). Att endast se på helheten kan göra att man går miste om förklaringen och viktiga insikter. För att uppnå objektivitet i analysen är det dock viktigt att vara medveten om att alla har olika bakgrund och därav olika sätt att se och tolka ett material. (Östbye et al. 2004:71). Då undersökningen kommer att ske i stadier av en analysmall hoppas

eventuell vinkling av materialet förebyggas, och ge möjlighet till vidare reflektion och kritik. Det första intrycket blir inte det slutgiltiga utan kommer att ifrågasättas genom återstående moment i analysmallen. Objektiviteten i undersökningen förebyggs även genom att två personer genomför undersökningen och kan vid minsta frågetecken rådfråga varandra.

3.7 Metodkritik

Ett problem som bör tas i beaktning när man genomför en kvantitativ innehållsanalys med hjälp av ett kodschema är statistiken. Best skriver i sin bok *Damned lies and statistics* "All statistics are social products, the result of people's efforts" (Best, 2001: 27). Med andra ord finns det en bakomliggande mening med all statistik. Statistiska påvisningar kan följaktligen inte enbart ses som ren fakta eftersom de som framtagit den huserar motiv och värderingar samt gjort val som påverkar resultatet. Det är därför viktigt att vara objektiv och vidhålla ett kritiskt öga till framtagandet av bl.a. det empiriska materialet och variablerna i undersökningen. I undersökningen har detta förebyggts genom ovannämnda obundna slumpmässiga urval.

Tvåstegsprocessen som tillämpas i den kvalitativa undersökningen skapar ett tydligt klusterurval vilket kan kritiseras för att bidra till större osäkerhet i urvalet. Som nämndes i 3.6, *Urval och tillvägagångssätt*, är den kvalitativa studien dock inte i första hand ämnad vara representativ för debatten i sin helhet och därav är osäkerhet och validitet inte av samma intresse som i en kvantitativ studien (Östbye et.al. 2004:247).

3.8 Bortfall

Genom kodningen i SPSS kunde man avläsa att artiklarna är relativt jämt fördelade över de olika tidningarna, dock kom artiklar från 2011 inte med i urvalet. Det kan finnas ett flertal olika orsaker till detta, en orsak kan vara att 2011 ännu inte är slut och det därav inte finns tillräckligt många artiklar för att de ska komma med i det obundna slumpmässiga urval som ligger till grund som metod för undersökningen.

4 Teori

4.1 Retoriskt perspektiv

Följande avsnitt ska behandla de retoriska begrepp som ligger till grund för den kvalitativa studien, med en kort presentation av retorikens historia.

4.2 Retorik - Historia

När demokratin precis hade kommit att blomma ut i antika grekland ca 400 f.kr. var det brukligt att aktivt ta del av folkförsamlingen om man var en "fri" man. Samhällssystemet producerade behovet att kunna tala inför en grupp och vinna över gruppen på sin sida. Retoriken utvecklades därigenom för att ge medborgare i antika Grekland verktyg och möjlighet att framföra sina åsikter på ett trovärdigt sätt (Mral.2000:154). De retoriska verktygen kom Aristoteles senare att utveckla till ett mer vetenskapligt system med ett systematiskt tillvägagångssätt³.

4.3 Retoriken

Vad är då retorik? En definition kan vara talekonst (Johannesson 2008:11), då retoriken behandlar just framföranden, verbala som litterära. I det antika Grekland demonstrerades retoriken genom de offentliga tal som man höll vid rättegångar och demokratiska samlingar (Johannesson 1994:14ff). Det postmoderna samhället har skapat helt nya plattformar för att kunna uttrycka sig, retoriken är därför viktigare än någonsin för att göra sig hörd och få gehör genom dessa (Brummett 2011: 53). Viktigt att ha i åtanke är att det inom retoriken inte handlar om att vara sanningsenlig utan om att vara sannolik (Johannesson 1994:15). För att övertyga en grupp människor finns en hel del knep. Historien är full med exempel på lögnare som trots falskheten fått ett starkt grepp och lyckats vinna över folkmassor på sin sida. Dock finns det även exempel på personer som skapat revolt och hopp genom retoriken, utan att förlita sig på lögnare.

"I have a dream that one day every valley shall be exalted, and every hill and mountain shall be made low, the rough places will be made plain, and the crooked places will be made straight, and the glory of the Lord shall be revealed and all flesh shall see it together."⁴

³ <http://www.retorik.com/retorik/index.php> [2011-04-20]

⁴ <http://www.retoriksallskapet.se/MartinLutherKing.htm> [2011- 05- 07]

Ovanstående citat är välkänt för de flesta och placerat i historien som ett exempel på vältalighet (Johannesson 2008:133). Vad som tydligt framkommer genom en närmare granskning av talet är att Martin Luther King tagit hjälp av ett vapen med mer än tusen år på nacken, nämligen retoriken. Inom retoriken finns det en ”plan” att följa för att få fram ett så pass bra tal som möjligt. Dessa 5 steg har kommit att kallas *inventio*, *dispositio*, *elocutio* samt *memoria* och *actio*. (Olsson 1994:80ff). För den här studien, som endast behandlar det skriftliga ordet, är de sistnämnda stegen inte av intresse då dessa används vid verbal retorik, för att memorera och framföra ett tal.

- *Inventio* behandlar utvecklandet av de argument (*logos*) som ämnar övertyga publiken och framföra sin åsikt och sak.
- *Dispositio* innebär att retorikern strukturerar upp talet/texten i olika steg så att publiken leds dit retorikern vill få dem. Genom att gå tillväga på detta sätt är tanken att eventuellt motstånd övervinns.
- *Elocutio* är förmodligen den viktigaste fasen då det är under den fasen som argumenten och strukturen sammanställs och formuleras till en text som verkligen övertygar. Språkknep såsom *anaforer* etc. är vanligt förekommande då texten då blir relaterbar. *Elocutio* är således det lim som håller samman talets övriga delar. Det är även i denna fas som *ethos*, *logos* och *pathos*, de tre hörnstenarna inom retoriken, vävs in för att skapa tillit, trovärdighet och för att fånga publiken (Johannesson 1998:277ff).

Logos (som på grekiska betyder argumentation) innebär att använda förberedda argument för att skapa övertygelse. *Ethos* handlar om att skapa välvilja och förtroende hos publiken, något som retorikern gör genom sin karaktär och personlighet. *Pathos* syftar till när en retoriker väcker bestämda känslor eller affekter hos publiken för att få medhåll och förståelse för sin sak (Olsson 1994: 79).

Retorik är en social aktion och därför är det av vikt att undersöka de faktorer som kan komma att påverka retorikerns kommunikativa förhållande till publiken, något som man kan göra genom att se till vilken kontext texten kan placeras i (Renberg 2007: 16).

Texter kan oftast sättas i relation till en specifik situation, något som påverkar läsaren då de oftast går in med en viss uppfattning om denna situation. Samtidigt kan man omöjligen placera en text i endast en situation (kontext). Texten placeras i en mängd olika kontexter beroende på vad den som analyserar gör för val och utgår ifrån (Brummett 2011:93ff). Inom retoriken tas bland annat genre upp som en kontext som kan påverka artiklar, då det finns olika diskurser att ta till hänsyn beroende på vilken genre man valt att skriva inom (Renberg 2007: 16ff). Inom retoriken talar man främst om tre genre *Genus judicale*, *Genus deliberativum* och *Genus demonstrativum*. *Genus judicale* omfattar att retorikern anklagar eller försvarar en händelse/handling som redan har skett. Den underliggande frågan som framställs är ifall detta ska ses som ojust? I genren *Genus deliberativum* placeras de texter som anses ha en rådande karaktär. Texten behandlar och reflekterar kring ett problem och ger exempel på eventuella lösningar. De texter inom retoriken tredje genre, vilken kallas *Genus demonstrativum*, lovordar eller klandrar, syftet är inte att förkunna en dom utan endast att få medhåll från publiken (Johannesson 2008: 36ff).

5. Analys

Då uppsatsen grundar sig på två olika metoder har analysen delats in i två delar. Den första delen redovisar och analyserar de siffror som den kvantitativa innehållsanalysen visar på, därefter redovisas den kvalitativa undersökningen i form av en retorisk analys.

5.1 Kvantitativ analys: Resultat av E-nummer debatten i siffror

	Aftonbladet	Svenska Dagbladet	Sydsvenskan	Dagens Nyheter	Expressen etc.	Göteborgs -posten	Totalt
<u>Vem är expert?</u>							
Forskare	17% (n=1)	29% (n=2)	40% (n=2)	50% (n=2)	50% (n=2)	22% (n=2)	31% (n=11)
Journalister	83% (n=5)	71% (n=5)	40% (n=2)	50% (n=2)	50% (n=2)	22% (n=2)	51% (n=18)
Medborgare	0% (n=0)	0% (n=0)	20% (n=1)	0% (n=0)	0% (n=0)	0% (n=0)	4% (n=1)
Talesmän	0% (n=0)	0% (n=0)	0% (n=0)	0% (n=0)	0% (n=0)	56% (n=5)	14% (n=5)
Undersökningar	0% (n=0)	0% (n=0)	0% (n=0)	0% (n=0)	0% (n=0)	0% (n=0)	0% (n=0)
Totalt	100% (N= 6)	100% (N=7)	100% (N=5)	100% (N=4)	100% (N=4)	100% (N=9)	100% (N=35)
<u>Hur värderas E-nummer?</u>							
Positivt	17% (n=1)	0% (n=0)	20% (n=1)	25% (n=1)	25% (n=1)	22% (n=2)	17% (n=6)
Negativt	67% (n=4)	86% (n=6)	60% (n=3)	50% (n=2)	50% (n=2)	56% (n=5)	63% (n=22)
Neutralt	17% (n=1)	14% (n=1)	20% (n=1)	25% (n=1)	25% (n=1)	22% (n=2)	20% (n=7)
Totalt	100% (N=6)	100% (N=7)	100% (N=5)	100% (N=4)	100% (N=4)	100% (N=9)	100% (N=35)
<u>Vem är aktör?</u>							
Forskare	17% (n=1)	14% (n=1)	20% (n=1)	25% (n=1)	50% (n=2)	11% (n=1)	20% (n=7)
Journalister	50% (n=3)	86% (n=6)	60% (n=3)	25% (n=1)	25% (n=1)	34% (n=3)	49% (n=17)
Medborgare	17% (n=1)	0% (n=0)	20% (n=1)	50% (n=2)	0% (n=0)	11% (n=1)	14% (n=5)
Talesmän	17% (n=1)	0% (n=0)	0% (n=0)	0% (n=0)	25% (n=1)	34% (n=3)	14% (n=5)
Undersökningar	0% (n=0)	0% (n=0)	0% (n=0)	0% (n=0)	0% (n=0)	11% (n=1)	3% (n=1)
Totalt	100% (N=6)	100% (N=7)	100% (N=5)	100% (N=4)	100% (N=4)	100% (N=9)	100% (N=35)

Tabell 1

	2007	2008	2009	2010	Totalt
<u>Hur värderas E-nummer</u>					
Positivt	0% (n=0)	14% (n=2)	26% (n=4)	0% (n=0)	17% (n=6)
Negativt	100% (n=4)	64% (n=9)	47% (n=7)	100% (n=2)	63% (n=22)
Neutralt	0% (n=0)	22% (n=3)	27% (n=4)	0% (n=0)	20% (n=7)
Totalt	100% N=4)	100% (N=14)	100% (N=15)	100% (N=2)	100% (N=35)

Tabell 2

Utifrån de artiklar som ligger till grund för undersökningen, har vi genom att ställa de olika variablerna i relation till varandra i den kvantitativa analysen kunnat visa på samband som inte kunnat genomföras i den kvalitativa innehållsanalysen. Den första tabellen (tabell 1) presenterar resultaten av hur E-nummerbegreppet i artiklarna framställs i *negativ*, *positiv* eller *neutral* bemärkelse, vem som är *aktör* i de olika artiklarna dvs. vem som får komma till tals, samt vem de olika tidningarna använder som *expert* för att styrka sina argument. Tabell 2 presenterar ”värderingen” av E-nummer från 2007 fram tills nuvarande tidpunkt (2011). (Se även bilaga 3 för diagram).

5.1.1 Värdering

Den kvantitativa innehållsanalysen har belyst många intressanta aspekter. I den första tabellen kan det t.ex. avläsas att värderingen av E-nummerdebatten i de artiklar som ligger till grund för studien, i sin helhet är av negativ bemärkelse då 63% belyser E-nummer ur en negativ dager. 17% av artiklarna har kategoriserats som positiva och 20% som neutrala. Ser man till tidningarna var för sig i undersökningen har 50% eller fler artiklar en negativ värdering. En intressant aspekt att anmärka på är att Svenska Dagbladet där Mats- Eric Nilsson är redaktionschef inte har, utifrån det empiriska materialet som ligger till grund för studien, en enda artikel med positiv värdering utan hela 86% av de artiklar som representerar Svenska Dagbladet har en negativ värdering och resterande 14% är neutrala. Kan då det som skrivs i tidningen vara oberoende eller färgas artiklarna av Mats- Eric Nilssons åsikter, då han jobbar på tidningen?

5.1.2 Aktörer & Expert

Om man vidare studerar variabeln ”vem är aktör” i artiklarna är det främst journalister som får föra sin talan. Journalister förekommer som aktör i 49% av fallen, detta skulle kunna ses som naturligt då det är journalister som författar artiklarna och kan anses ha ett bakomliggande intresse som de vill delge, men det är fortfarande en förvånansvärt hög andel då man ser till att det är en debatt som behandlas och inte en presentation av en nyhet. Man kan därför förvänta sig en mer nyanserad deltagarlista. I 20% av fallen är forskare aktörer, i 14% av fallen är det medborgare, i 14% talesmän och undersökningar är aktörer i 3% av fallen. Ser man sedan till tidningarna var för sig är journalisterna fortsatt den främsta aktören med undantag från Dagens Nyheter och Expressen/Kvällsposten. I Dagens Nyheter är 50% av aktörerna medborgare, 25% journalister och 25% forskare. I Expressen är forskare den främsta aktören med hela 50%. Följande resultat är en intressant iakttagelse då man skulle kunna tänka sig att det var tvärtom, då Dagens Nyheter är en dagstidning och Expressen/Kvällsposten är kvällstidningar. Dagstidningar anses ha större reliabilitet dvs. tillförlitlighet till det som skrivs än kvällstidningar vars tillförlitlighet kan ifrågasättas (Mral 2000: 162).

Utifrån variabeln ”vem är expert” i artiklarna pekar tabell 1 på tendenser att svensk storstadspress utifrån det empiriska materialet, underbygger sina argument genom att använda journalister som experter. Detta har de gjort i 51% av artiklarna. I 31% av artiklarna är forskare experten, i 14% av artiklarna är talesmän experten och i resterande 4% är det anmärkningsvärt att notera att medborgare är experten. Detta är intressant då medborgare har varierande kunskaper inom olika ämnen, och därav kan argumenten tänkas ha en mer känslös framtoning (*pathos*). Dock måste man ha i åtanke att de 4% av artiklarna som använder medborgare som expert utgörs av en artikel. Men om författaren till artikeln underbygger sina argument genom att hänvisa till medborgare som expert inom området, kan ett antagande göras att det är lättare för författaren att få medhåll från läsaren och därav övertyga läsaren på icke vetenskapliga grunder.

Genomgående för alla tidningar var för sig, utifrån det empiriska materialet, är att journalister och forskare är de främsta experterna, med en enda avstickare - Göteborgsposten. I Göteborgsposten är talesmän den främsta experten, då hela 56% av artiklarna använder talesmän som expert. Göteborgsposten är även den tidning som innefattar alla variabelvärden, något som kan tyda på en vilja av att visa mångsidighet i E- nummerdebatten-

Genom att ställa variabeln vem är ”expert” i artiklarna i relation till vilken ”aktör” som förekommer i artiklarna kan man i tabell 1 observera att, när variabelvärdet forskare och journalist förekommer som aktör, förekommer de i en påfallande likbördig procentandel som experter. I t.ex. Sydsvenskan förekommer journalister som bekant i 71% av artiklarna och som expert i 86 % av artiklarna. Ett antagande som kan göras är att när aktörerna journalister och forskare förekommer i artiklarna så framställs de även som experter inom ämnet, med andra ord har journalister/forskare då de uttalar sig kring ämnet fått en ställning som auktoriteter och det kan väcka frågor ifall deras utsagor granskas tillräckligt kritiskt.

Följande resultat är även intressant om man ser till de olika aktörernas möjliga bakomliggande intressen. Forskare besitter en kunskap och har oftast inte ett uttalat kommersiellt intresse, till skillnad från journalister vars arbetsuppgift är att skriva artiklar som ämnar locka till ökad försäljningsupplaga. Medborgare har varierande kunskap och bakgrund. De kommer till tals med en känslös framtoning när författaren vill bygga på sitt *pathos* och skapa en känsla av gemenskap med läsaren. Catrine Månsson uttrycker sina känslor gentemot kassler i Aftonbladet ”- Listan med tillsatser i köttet är för lång. Den är snuskig och jag blir dålig i magen av för mycket jox i maten”⁵. Talesmän kan tänkas ha ett tudelat intresse då de samtidigt som de ser till konsumentens intresse även ser till sitt varumärke. Samma tudelade intresse kan tänkas gälla för variabeln undersökningar, vars lojalitet ligger hos de som betalar för undersökningarna. Beroende på undersökningens syfte och i vilken kontext undersökningen placeras i kan resultatet vinklas till förmån för det man vill påvisa.

Genom att ställa variabeln vem är ”expert” i artiklarna i relation till vilken ”värdering” E-nummer har i texterna kan man i tabell 1 och i de bifogade diagrammen (se bilaga 3) observera att i artiklar som värderar E-nummer negativt är den främsta experten journalister med hela 59%. Forskare förekommer som expert i 27% av de negativa artiklarna, talesperson i 9% av de negativa artiklarna och medborgare är expert i 5% av de negativa artiklarna. I artiklar med positiv värdering av E-nummer kan det utläsas att den främsta experten i artiklarna är forskare med hela 67%, journalister förekommer som expert i 16% av artiklarna och talespersoner i 17% av artiklarna.

⁵ Catrine mår dålig av tillsatserna i kasslern. (2009). [Elektronisk] Aftonbladet, 31 mars Tillgänglig: Mediearkivet. [20011- 04- 05]

5.1.3 Vilket år?

I tabell 2 kan vi utläsa, genom att ställa variabeln ”årtal” och variabeln ”hur värderas” E-nummer i relation till varandra, att det utifrån det material som ligger till grund för undersökningen, endast finns artiklar med en negativ värdering av E-nummer från 2007. År 2008 är 64% av artiklarna fortfarande negativa i deras värdering av E-nummer, dock förekommer det nu även 14% positiva och 22% neutrala artiklar. År 2009 har fortfarande majoriteten av artiklarna en negativ värdering, emellertid har en utjämning mellan värderingarna positiv, negativ och neutral skett, då 27% av artiklarna speglar en positiv bild av E-nummer och 27% av artiklarna är neutrala. År 2010 finns det återigen endast negativa artiklar, om man ser till det urval som gjorts.

En möjlig förklaring till resultatet kan vara att Mats- Eric Nilssons första bok *Den hemliga kocken*, som kan ses som startskottet på E-nummerdebatten kom ut 2007. Ett antagande kan göras att det tar tid för en text att skapa debatt. Detta kan tänkas förklara varför E-nummer inte skildras i mer än negativ bemärkelse förrän 2008, sett från det empiriska material som ligger till grund för undersökningen. Dock måste det tas med i beräkningen att det endast finns fyra artiklar från 2007 och två artiklar från 2010, i förhållande till 14 artiklar från 2008 och 15 artiklar från 2009. Ytterligare ett antagande som kan förklara skillnaden skulle kunna vara att intresset för att höra oppositionens svar på förkastelsen av E-nummer under 2007 då var lågt. En artikel med oppositionens svar skulle därför kunna tänkas ha låg efterfrågan och därmed låg försäljning av lösnummer.

5.2 Retorikanalys

Följande retorikanalys ämnar analysera de två artiklar som ligger till grund för den kvalitativa innehållsanalysen. Nedanstående text utgår från olika retoriska begrepp bl.a. *kontext*, *ethos*, *logos* och *pathos* för att få en bild av hur E-nummer debatten skildrats i massmedia.

Artikel 1: *Utan tillsatser i maten riskerar vi att dö*

5.2.1 Kontext

Den läsare som slog upp debattsidan i Dagens Nyheter den 14 december 2008 hade kunnat läsa artikeln *Utan tillsatser i maten riskerar vi att dö* skriven av Marie Louise Danielsson Tham, professor i livsmedelshygien vid Örebro universitet.

Då artikeln är placerad på debattsidan i Dagens Nyheter kan skildringen av E-nummer förväntas ha blivit mottagen annorlunda än i det fall den publicerats på nyhetsdelen. De förväntningar och den förförståelse man går in med i läsningen påverkas genom vilken del av tidningen den är placerad i. ”En argumentation får en annan betydelse om man möter den under vinjetten ’debatt’ än om den trängs med andra insändare i ’Ordet fritt’ ” (Renberg 2007:17). Med andra ord ser mottagaren artikeln annorlunda beroende på vilken del den är placerad i. Ett antagande skulle kunna göras att tidningen skildrar E-nummerdebattens positiva sida på ett annat sätt än om den placerats i en annan del av tidningen. Argumentet kan knytas an till vad Brummett reflekterar kring angående text/ kontext relationer i sin bok *Rhetoric in popular culture*. I boken för han en diskussion kring att publiken har en förförståelse av texter beroende på dess placering i kontexten (Brummett 2011:96ff), därav blir texten beroende av den kontext den placeras i. En reaktion skapas därmed på kontexten, både av publiken och texten i sig.

Skribenten skriver i artikeln i termer av ”så här är det”, vilket hon sedan underbygger med vetenskapliga förklaringar som t.ex. ”Så länge sporerne kvarstår i sporform är de ofarliga. Men i trivsamt miljö [...] kan sporerne övergå till bakterier”. Förklaringar av upplysande karaktär placerar texten i en informerande genre (Renberg 2007:18ff). Samtidigt ger författaren råd ”Innan vi sänker alla tillsatser för gott måste vi ta reda på anledningen till varför de en gång började användas”, vilket sätter artikeln i den retoriska genren *Genus deliberativum*, som är den kategori vilken innefattar politiska och ställningstagande tal (Renberg 2007:17ff). Då författaren samtidigt fördömer och klandrar genom referenser som

exempelvis ”för den oinsatte...” och ”Att raljera med E-nummer som finns på innehållsdeklarationen är lätt. Det kräver endast god verbal förmåga”, kan artikeln även placeras i genrer *genus judicale* och *genus demonstrativum*. Genre fungerar som en utgångspunkt för läsaren att angripa en text (Mral 2000: 154), genom att den här texten är placerad i flera olika genrer så kan man se det som att det i den här artikeln finns flera olika utgångspunkter att reflektera kring. Skildringen av E-nummer kan då tänkas påverkas positivt, då det blir en mer öppen vinkling och lättare att ta till sig.

Artikeln är en klar motpol till de negativa publikationer som tidigare utkommit i ämnet livsmedelstillsatser och kan således placeras i kontexten ”Matupproret”. Fördelar med E-nummer framhävs istället för att dömas ut, ”För den insatte är natriumnitrit ett skydd mot botulinum-förgiftning”. Därav kan det argumenteras att debatten blir mer nyanserad och inte så ensidig.

5.2.2 Disposition

Det som genomsyrar artikeln är ett flertal argument om varför E-nummer behövs, ”Bensoesyran och dess salter är också godkända livsmedelstillsatser (E210). De tillsätts för att hindra att saft och sylt möglar eller jäser”. Ett argument kan vara att författaren har ansträngt sig för att framställa sina argument på en nivå som även den oinsatte kan förstå och därav övertyga läsaren. Inledningsvis tas det exempelvis upp att, ”Det finns en enkel förklaring till att tillsatser används i många livsmedel: de skyddar maten från att förstöras och blir farliga för konsumenterna”. I samma anda läggs sedan liknande argument fram som grundar sig på egna erfarenheter och forskning. Det finns med andra ord väldigt många argument som styrker den tes som presenteras genom rubriken till artikeln, *Utan tillsatser i maten riskerar vi att dö*. Genom att endast se till detta upplägg kan man hävda att *dispositio* är dåligt utförd, eftersom välvilja och förtroende inte hinner byggas upp innan ett argument presenteras. Enligt Johannesson (2008) är det en vetskap varje god retoriker har att välvilja och förtroende bör byggas upp innan man presenterar sina argument då det annars finns det risk för motstånd (Johannesson 2008:66). Då artikeln är placerad på tidningens debattsida kan man argumentera att tillräckligt med *ethos* och *dispositio* utnyttjats för att ha skapa det förtroende som behövs och förhindra eventuellt motstånd. Artikeln inleds dessutom med att en tredje part skriver att författaren är forskare vilket ger högre validitet till författaren och därav artikeln. Om man

relaterar detta till E-nummerdebatten i sin helhet kan man säga förespråkare av E-nummer **sägas**? profileras som forskare med logiska argument.

Formuleringen som kan utläsas i artikeln har som nämnts ovan grundat sig på argument, *logos*. Man kan dock argumentera för att författaren har *ethos* och publiken i åtanke vid formuleringen, *elocutio*, då hon genom konstknep såsom metaforer, ”världen är sällan svart eller vit” och humor lättar upp stämningen och skapar en relaterbar text som är på läsarens nivå, ”Vi bör nog inte gå för långt i vår strävan efter äkthet. Vill vi egentligen att det ska finnas sjömän i sjömansbiff”.

Genom att tala med starka ord och om känsliga ämnen såsom död ”Ett enda gram botulinumtoxin räcker för att döda 7 miljoner människor.” kan det även hävdas att författaren använder *pathos* frekvent.

Observationen kan göras att författaren, för att underbygga sina *logos* (argument), tar hjälp av *pathos* (känslor) för att skapa *ethos* (validitet) och på detta sätt övertyga publiken till den egna ståndpunkten, vilken som bekant genererar en positiv bild av E-nummer.

Artikel 2: *Barn kan bli sjuka av att äta köttbullar*

5.2.3 Kontext

Artikeln kan placeras i olika kontexter, dels baserat på innehåll men även på genre och struktur. Artikeln kan placeras i kontext till Matupproret, dvs. debatten kring E-nummer i massmedia. Artikeln tar upp problematiken kring E-nummer och värderar dessa i negativ bemärkelse, vilket utgör grunden till Matupproret.

Barn kan bli sjuka av att äta köttbullar är en artikel som anklagar och fördömer, då den påvisar det negativa med E-nummer, samt genom vinkling och ledande frågor anklagar och målar ut ICA som boven i dramat. ”Icas kylda färdigmat innehåller glutamat trots att konkurrerande Annikkis lagar snarlika rätter utan.” Den här vinklingen i artikeln kan argumenteras påverka skildringen av E-nummerdebatten till den negativa sidans fördel, då tonen i artikeln fördömer all användning av E-nummer såväl som dess användare. Brummett reflekterar emellertid i sin bok *Rhetoric in popular culture* att en person som redan har en negativ uppfattning av ett ämne har lättare att ställa sig extra kritiska till ämnet om de blir

tvungade att utsättas för det. På samma sätt har en person som har en positiv inställning till ett ämne lättare att ta emot och acceptera informationen kring ämnet utan att kritisera och ifrågasätta. (Brummett 2011:164). Med andra ord, en person som har en vänlig inställning till ett ämne tar emot all information kring det ämnet utan att ifrågasätta medan de som är tvivelaktigt inställda är mer kritiska och behöver starkare argument för att övertygas. I artikeln finns många lösa trådar som inte förklaras vidare, utan endast genererar frågor och ovisshet kring E-nummer. I artikeln *Barn kan bli sjuka av att äta köttbullar* skriver författaren t.ex. ”På 70-talet förbjöds den i barnmat.” Sådana lösa påståenden kan medföra att läsaren av artikeln redan behöver ha en negativ inställning gentemot E-nummer för att kunna ta till sig det som skrivs och inte ifrågasätta och kritisera. Ett fenomen som Brummett bekant har reflekterat kring.

I relation till att artikeln dels anklagar dels fördömer kan den placeras i de retoriska genrer som kallas *genus judicale* och *genus demonstrativum*. Dessa fack kommer att förbereda publiken på vad de har att vänta sig av artikeln och skapar därigenom ett högre krav och smalare nisch för artikeln att röra sig inom, något som hämmar den negativa skildringen då den blir enkelspårig och väntad. Det kan dock även argumenteras att dessa fack kan vara en fördel för artikeln, eftersom publiken då vet vad som väntas. Om förväntningarna uppfylls bidrar det till att den negativa inställningen till E-nummer ytterligare stärks.

5.2.4 Disposition

Redan i inledningen och i rubriken sätts tonen för artikeln. Författaren skapar *pathos* som fångar läsarens intresse då hon relaterar ett vanligt livsmedel i svenska hem med sjukdom och gift. ”Köttbulle som köttbulle? Nej den ena har fått sin smak av tillsatt glutamat. Ett ämne som kan göra dig sjuk”. Artikeln fortsätter därefter med att ironiskt framföra de symptom som kan uppstå vid en överkonsumtion av ett specifikt E-nummer. ”Huvudvärk, svettningar, tryck över bröstet och illamående. – Baksmälla? Nej då, ett högt intag av glutamat, bara”. Ett antagande kan göras att författaren här ironiserar för att ta sig till läsarens nivå och på så sätt underhålla samtidigt som ett förtroende byggs upp, dels för den egna personen men även för den egna kunskapen. I författandet av texten är det viktigt att inte glömma publiken. Meningen med ett framförande, såväl verbalt som litterärt, är att påverka och de som ska påverkas är den tänkta publiken. Utan påverkan blir inte texten fullständig (Renberg 2007:20).

Författaren bygger sitt *ethos* genom att hänvisa till uttalanden gjorda av Björn Meister, professor i neurovetenskap vid Karolinska institutet. Det *logos* som dominerar artikeln presenteras av en tredje part och sedan följer tillhörande argument som baseras på vad den här professorn lagt fram. Efter att det fastslagits av Björn Meister att våra hjärnor försöker hindra för höga halter av glutamat i nervsystemet fortsätter skribenten. ”Vi äter allt mer av smakämnet eftersom det finns i allt mer av vår mat.” Vad kan det bero på att författaren använder en annan person för att skapa trovärdighet? Det är naturligtvis öppet för spekulation då det endast finns en person som kan besvara frågan. En teori kan vara att författarens egen *ethos* brister och genom att hänvisa till en professor får artikeln högre validitet, samtidigt som författaren framställer sig själv som en tillförlitlig källa. Johannesson (2008:13) talar om att människan av sin natur är misstänksam men även nyfiken. Johannesson menar att övertygelse handlar om att närma sig den borg som personen man vill övertyga sitter i, och få personen ifråga att förstå att man inte är en fiende utan har något som personen behöver, vilket kan vara lättare att göra om man underbygger sina argument med hjälp av en andra part. Detta resonemang kan vara en förklaring till varför man ibland behöver hjälp att bygga upp *ethos*.

Texten kan vara formulerad efter specifika konstknepp som kan anses ge ett flyt och underhållande värde i texten. Exempelvis bygger författaren upp följande stycke genom s.k. anaforer (upprepningar) ”**Icas** Kylda färdigmat innehåller glutamat[...] **Icas** köttbullar innehåller glutamat [...] **Icas** fiskbullar behöver smakförstärkning i form av glutamat.” Genom konstknepp kan man producera en känsloladdad text som oftast får ett positivt gensvar hos publiken (Johannesson 2008: 133). Det kan tänkas att författaren är medveten om den positiva påverkan som konstknepp kan ha och därför kan man argumentera att dessa knepp inte bara svartmålar användningen av E-nummer utan försöker skapa en negativ bild av användaren, Ica och uppmana till bojkott.

6. Slutsats

Innan vi påbörjade uppsatsen hade vi ett allmänt intresse för kost och hälsa. Omedvetet hade vi gått runt och studerat innehållsförteckningen på diverse livsmedel efter livsmedelstillsatser dvs. E-nummer. När vi blev varse om Mats- Eric Nilsson och debatten kring E- nummer väcktes ett intresse för att studera detta närmre. Ju mer vi sökte på livsmedelstillsatser och E-nummer desto mer märkte vi en viss vinkling av debatten.

Genom våra undersökningar har vi fått fram många intressanta resultat. Utifrån det empiriska material som vi har studerat kan man säga att E-nummer i svensk storstadspres profileras ur ett övervägande negativt perspektiv. I analyserna framgår det även att artiklar som värderar E-nummer negativt inte i samma utsträckning som artiklar med positiv värdering av E- nummer använder sig av forskare som experter för att underbygga sina argument. Artiklar med negativ värdering använder sig främst av journalister för att styrka sina argument. Läser man sedan mellan raderna i de negativa artiklarna dras det inga egentliga slutsatser utan ”kan” och ”i stora mängder” används i stor utsträckning i argumenten. Det är också i artiklar med negativ värdering som man finner argument som byggs av *pathos*, dvs. känslomässiga argument. Sammanfattningsvis kan man säga att, grundat på de artiklar som ligger till grund för undersökningen, förs argumenten som värderar E-nummer negativt fram på ett diffust och känsloladdat sätt. Artiklar med positiv värdering har haft mindre utrymme i storstadspres sett från det empiriska material som undersökningen grundar sig på. När de väl får komma till tals underbyggs deras argument i större utsträckning av en välgrundad forskning inom området för att få genomslag, med slutsatser som ”så här är det”. Ett antagande som kan göras är att man ser en tendens till snedvridning i informationen som ges i E-nummerdebatten i svensk storstadspres. Det finns en övervägande dominans av en viss typ av aktörer och experter i debattartiklarna, vilket man kan tänka sig kan hindra läsaren från att kunna skapa sig en egen uppfattning.

Grundat på ovanstående analyser av det material som ligger till grund för undersökningen, kan man göra ett antagande att media genom sin skildring av E-nummer över tiden har skapat en allmän uppfattning att E-nummer är farliga. I svensk storstadspres kan man se tendenser på att skribenter som för en negativ värdering av E-nummer inte behöver underbygga och argumentera för sina påståenden på ett lika faktaunderbyggt sätt som skribenter som för en positiv värdering av debatten. De artiklar som framställer E-nummer i positiv dager kan

därigenom behöva kämpa mer för att vinna läsarens förtroende och underbygga ett starkt *ethos*.

Utifrån den statistiska undersökningen av materialet kan vi ur ett tidsperspektiv utläsa att artiklar med positiv värdering började få utrymme i debatten 2008, för att 2010 återigen falla tillbaka till artiklar med en negativ värdering av E-nummer. Observationen kan stärka ovanstående resonemang om att det har bildats en allmän uppfattning om att E-nummer är farliga, och att det därav är lättare för artiklar med negativ värdering av E-nummer att få utrymme i storstadspress. Flera sidor inom debatten har under årens lopp fått komma till tals, men det man kan utläsa från empirin är att den negativa bilden av E-nummer fortfarande är dominerande i landets tidningar. Till följd av detta kan man säga att vår empiri visar på en tendens att E-nummerdebatten i svensk storstadspress har skildrats genom artiklar med övervägande negativa värderingar, underbyggda av känslomässiga argument styrkta av främst journalister som experter.

6.1 Vidare analys

Ett förslag till en vidare analys av debatten är att se till ett före och efter perspektiv med grövre nischning till Mats-Eric Nilsson, t.ex. hur belystes E-nummer i massmedia innan och efter Mats- Eric Nilssons böcker kommit ut? Vidare reflektion för att skapa en djupare förståelse kan även göras genom att sätta matupproret i relation till Ulrich Becks teori om Risksamhället. Den rädsla som frambringas av livsmedelstillsatser faller explicit under de inre hot som Beck reflekterar kring. Beck menar att hoten inte längre kommer från utsidan utan från insidan, livsmedelstillsatser kan då ses som en negativ produkt av det av den industriella moderniteten (Beck 1998: 29ff).

7. Källförteckning

Tryckta källor

- Aspers, Patrik (2007). *Etnografiska metoder: att förstå och förklara samtiden*. 1. uppl. Malmö: Liber
- Backman, Jarl (2008) *Rapporter och uppsatser* (2:a upplagan). Lund : Studentlitteratur.
- Beck, Ulrich (1998) *Risksamhället: På väg mot en annan modernitet* (1:a upplagan). Göteborg: Daidalos AB
- Best, Joel (2001). *Damned lies and statistics: untangling numbers from the media, politicians, and activists*, University of California Press, Berkeley.
- Brummett, Barry. (2011). *Rhetoric in popular culture* . 3 uppl. Sage Publications: London.
- Johansson, Bengt (2000) Surveyundersökningar, i Ekström, Mats & Larsson, Lars-Åke (red.) (2000). *Metoder i kommunikationsvetenskap*. (pp. 78-110). Lund: Studentlitteratur.
- Johannesson, Kurt. (1994) Quintilianus- ”ungdomens bästa lärare”, i Englund Boel & Selander, Staffan (red.) (1994) *Konsten att informera och övertyga*. (pp. 13-24). Stockholm: HLS förlag.
- Johannesson, Kurt. (2008). *Retorik: eller konsten att övertyga*. 4 uppl. Stockholm: Norstedts.
- Mral, Birgitte (2000) Retorikanalys, i Ekström, Mats & Larsson, Lars-Åke (red.) (2000). *Metoder i kommunikationsvetenskap*. (pp. 151-165). Lund: Studentlitteratur.
- Nilsson , Åsa (2000) Kvantitativ innehållsanalys, i Ekström, Mats & Larsson, Lars-Åke (red.) (2000). *Metoder i kommunikationsvetenskap*. (pp. 111-140). Lund: Studentlitteratur.
- Olsson, Anders. (1994) Retorik och matematik, i Englund Boel & Selander, Staffan (red.) (1994) *Konsten att informera och övertyga*. (pp. 77-92). Stockholm: HLS förlag.
- Renberg, Bo. (2007). *Retorik analys: En introduktion*. 1:3 uppl. Lund: Studentlitteratur.
- Sandberg, Helena (2004). *Medier & fetma: En analys av vikt*. Lund: Sociologiska institutionen.
- Trost, Jan med Oscar Hultåker. 3. uppl. (2007). *Enkätboken*. Lund: Studentlitteratur.

Østbye, H.& Knapskog, K. & Helland, K. & Larsen, Leif Ove. (2004). *Metoder för medievetskap*. Malmö: Liber ekonomi.

Artiklar

Utan tillsatser i maten riskerar vi att dö. (2008) [Elektroniskt] Dagens Nyheter, 14 december. Tillgänglig: Mediearkivet. [2011- 04- 05]

Barn kan bli sjuka av köttbullar. (2007). [Elektronisk] Aftonbladet, 13 november. Tillgänglig: Mediearkivet. [2011-04-05]

Konstgjort käk. (2008). [Elektronisk] Aftonbladet, 21 november. Tillgänglig: Mediearkivet. [2011- 04-05]

Smakämne ökar risk att bli fet. (2008) [Elektronisk] Svenska Dagbladet, 13 september. Tillgänglig: Mediearkivet. [2011-04-05]

Det är inte okunskapen...(2008) [Elektronisk] Göteborgs Posten, 14 november. Tillgänglig: Mediearkivet. [2011-04-05]

Brottom att hinna med tillsatståget. (2009) [Elektronisk] Svenska Dagbladet, 17 Oktober. Tillgänglig: Mediearkivet. [2011-04-05]

Livsmedelsverket dömer ut Äkta vara- märke. (2009) [Elektronisk] Göteborgs Posten, 30 oktober. Tillgänglig: Mediearkivet. [2011-04-05]

Catrine mår dålig av tillsatserna i kasslern. (2009). [Elektronisk] Aftonbladet, 31 mars Tillgänglig: Mediearkivet. [2011- 04- 05]

Jakt på äkta varor. (2008). [Elektronisk] Svenska Dagbladet, 2 november. Tillgänglig: Mediearkivet. [2011- 04- 05]

En aromextrakt- gratäng, varsågod!. (2007). [Elektroniskt] Göteborgs Posten, 26 oktober. Tillgänglig: Mediearkivet. [2011- 04- 05]

Giftet i din mat. (2007). [Elektroniskt] Expressen, 1 oktober. Tillgänglig: Mediearkivet. [2011- 04- 05]

”Tillsatser i maten är en nödvändighet”. (2008). [Elektronisk] Göteborgs Posten, 9 juni.

Tillgänglig: Mediearkivet. [2011- 04- 05]

Lätt får ge plats för fett och äkta. (2008). [Elektronisk] Göteborgs Posten, 23 maj. Tillgänglig:

Mediearkivet. [2011- 04- 05]

Tumlat kött gjuts och pressas: - Så görs dina skinkskivor. (2009). [Elektronisk] Göteborgs

Posten, 1 maj. Tillgänglig: Mediearkivet. [2011- 04- 05]

Ingredienserna som oroar oss mest. (2009). [Elektroniskt] Göteborgs Posten, 16 december.

Tillgänglig: Mediearkivet. [2011- 04- 05]

Varning för smygämnerna. (2009). [Elektroniskt] Expressen, 21 februari. Tillgänglig:

Mediearkivet. [2011- 04- 05]

När lätt ska bli lättare. (2008). [Elektroniskt] Svenska Dagbladet, 21 februari. Tillgänglig:

Mediearkivet. [2011- 04- 05]

Matupproret har börjat. (2008) [Elektroniskt] Dagens Nyheter, 29 juni. Tillgänglig:

Mediearkivet. [2011- 04- 05]

Korven behöver inte hålla i sex veckor. (2008) [Elektroniskt] Dagens Nyheter, 15 december.

Tillgänglig: Mediearkivet. [2011- 04- 05]

Den arge kocken Journalisten Mars- Eric Nilsson lär oss avslöja matindustrins lögner.

(2008) [Elektroniskt] Sydsvenskan, 21 december. Tillgänglig: Mediearkivet. [2011- 04- 05]

EU ser över tillsatser i mat. (2007) [Elektroniskt] Svenska Dagbladet, 8 september.

Tillgänglig: Mediearkivet. [2011- 04- 05]

E-ämnen ersätts med jäst tillsatser i maten á 2 Samma funktion som glutamatet men ser bättre

ut i innehållsföreteckningen. (2009). [Elektroniskt] Sydsvenskan, 10 februari. Tillgänglig:

Mediearkivet. [2011- 04- 05]

Länge leve mikron. (2009). [Elektroniskt] Expressen, 16 maj. Tillgänglig: Mediearkivet.
[2011- 04- 05]

Varierad kost är viktigare än hemlagat. (2009) [Elektroniskt] Kvällsposten, 11 juli.
Tillgänglig: Mediearkivet. [2011- 04- 05]

Maten är klar! (2009) [Elektroniskt] Dagens Nyheter, 11 augusti. Tillgänglig: Mediearkivet.
[2011- 04- 05]

Tillverkning utan tillsatser. (2010) [Elektroniskt] Svenska Dagbladet, 29 oktober. Tillgänglig:
Mediearkivet. [2011- 04- 05]

Konsument Varor mad azofärger får varningstexter. (2010) [Elektroniskt] Sydsvenskan, 30
oktober. Tillgänglig: Mediearkivet. [2011- 04- 05]

Lättare hitta naturlig mat utan tillsatser. (2009) [Elektroniskt] Sydsvenskan, 16 oktober.
Tillgänglig: Mediearkivet. [2011- 04- 05]

Livsmedelsverket dömer ut äkta varu-märke. (2009) [Elektroniskt] Göteborgs Posten, 30
oktober. Tillgänglig: Mediearkivet. [2011- 04- 05]

Ta bort tillsatserna. (2009) [Elektroniskt] Svenska Dagbladet, 21 september. Tillgänglig:
Mediearkivet. [2011- 04- 05]

min bild Kan man kalla detta mat? (2009). [Elektroniskt] Sydsvenskan, 11 juni. Tillgänglig:
Mediearkivet. [2011- 04- 05]

Rena rama maten (2008). [Elektroniskt] Aftonbladet, 12 november. Tillgänglig:
Mediearkivet. [2011- 04- 05]

Alla E- nummer är inte hokuspokus. (2009). [Elektroniskt] Aftonbladet, 12 mars. Tillgänglig:
Mediearkivet. [2011- 04- 05]

Vad finns i bullen? (2008). [Elektroniskt] Göteborgs Posten, 25 februari. Tillgänglig:
Mediearkivet. [2011- 04- 05]

Nio tillsatser på Mys tallrik. (2008). [Elektroniskt] Aftonbladet, 14 november. Tillgänglig:
Mediearkivet [20011-04-08]

Internetadresser

<http://www.slv.se/sv/Fragor--svar/Fragor-och-svar/Tillsatser> [2011-04-17]

<http://www.adlibris.com/se/product.aspx?isbn=9170373892> [2011-04-25]

<http://www.retoriksallskapet.se/MartinLutherKing.htm> [2011- 05- 07]

<http://www.retorik.com/retorik/index.php> [2011-04-20]

Bilaga 1

Kodschema för kvantitativ innehållsanalys

Kodschema för skildring av e-nummer debatten i massmedia (tidningsartiklar)

Medium (tidning) [TIDNING]

1. Aftonbladet
2. Svenska Dagbladet
3. Sydsvenskan
4. Dagens Nyheter
5. Expressen/ kvällsposten

År (publicering) [ÅR]

- 07 2007
- 08 2008
- 09 2009
- 10 2010
- 11 2011

Aktörer som får komma till tals [AKTÖRER]

1. Forskare
2. Journalister
3. Medborgare
4. Talesmän
5. Undersökningar

Experter i artiklarna [EXPERTER]

1. Forskare
2. Journalister
3. Medborgare
4. Talesmän
5. Undersökningar

Framställning i artiklarna [Värdering]

1. Positiv
2. Negativ
3. Neutral

Bilaga 2

Kvalitativ Analysmall

Kontext: Medietexten behöver sättas i kontext för att analysen ska bli relevant. Var befinner sig retoren historiskt, socialt etc. Då den retoriska kontexten kartläggs kan man även ta hänsyn till genre.

Första intryck: Läs igenom texterna för att få ett första intryck, bland annat det som Aristoteles benämnde som ”huvudsakliga medel”, m.a. o. Ethos Logos, Pathos.

Disposition: Inom retoriken använder man sig av specifika ”byggnormer” Se efter om dessa finns i medietexten. Ha dock i åtanke att inte tvinga in artiklarna i ett utformat mönster.

Elocutio: Begrunda på vilket sätt artikeln framförs, finns det ett speciellt språk exempelvis?

Genom dessa får man ett heltäckande grepp om texten.

Dela upp: analysera del för del. Kartlägg tills det finns en mättnad för frågorna. Använd även reflektion kring s.k. medieretorik.

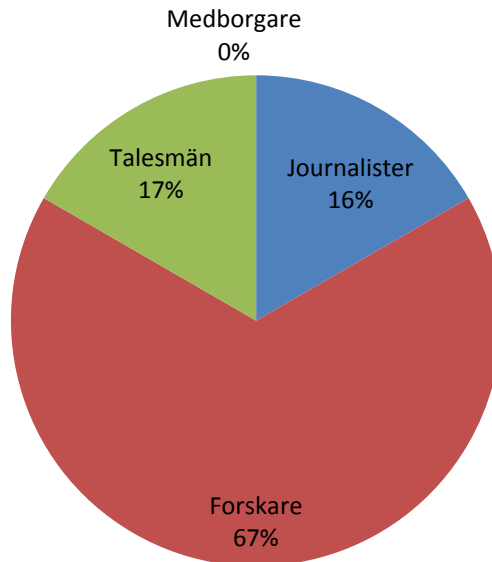
Sammanfatta: För att se vad analysen har gett, men även för att se om det finns några luckor att fylla. Har frågorna från frågeställningen besvarats?

Analysen bör nu ha gett en ingående förståelse för utformandet av medietexten

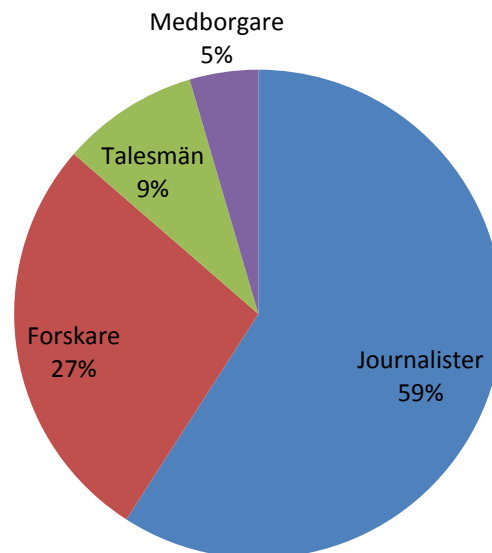
Bilaga 3

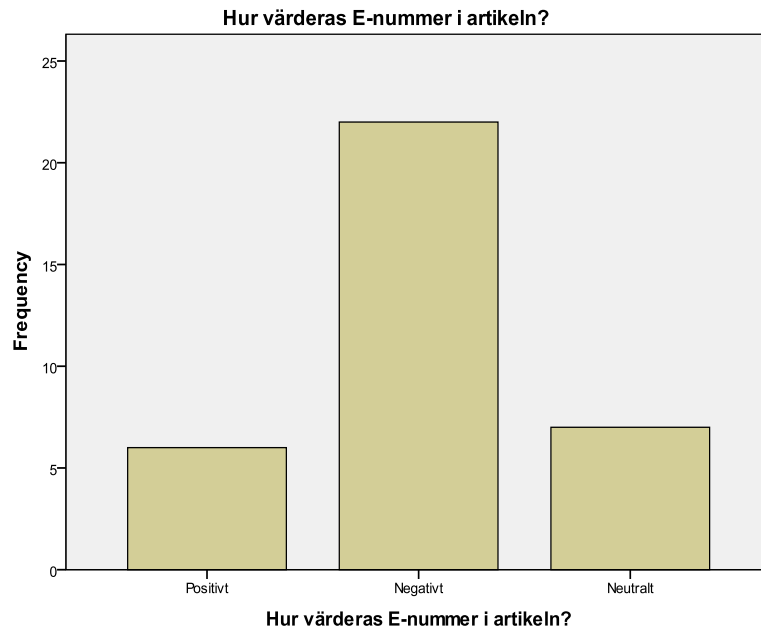
Diagram och tabeller

Artiklar med positiv värdering av E-nummer



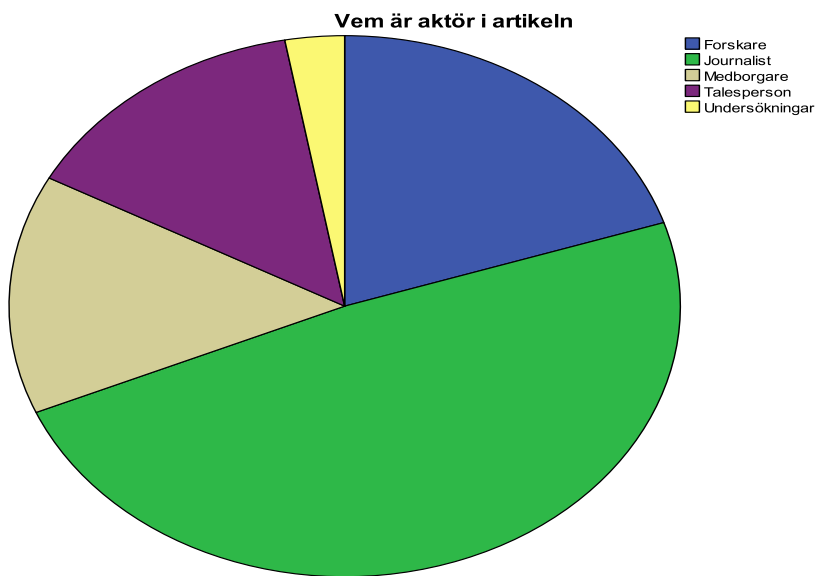
Artiklar med negativ värdering av E- nummer





Hur värderas E-nummer i artikeln?

		Percent	Total
Valid	Positivt	17,1	6
	Negativt	62,9	22
	Neutralt	20,0	7
Total		100,0	35



Vem är aktör

		Percent	Total
Valid	Forskare	20,0	7
	Journalist	48,6	17
	Medborgare	14,3	5
	Talesperson	14,3	5
	Undersökningar	2,9	1
	Total	100,0	35

