

Lunds universitet
Institutionen för kommunikation och medier
Journalistik
Handledare: Jimmy Vulovic
2022-01-13

Författare: Mattis Vindelman
Hedda Thomson Ek
JOUK10 delkurs 3



LUNDS
UNIVERSITET

Miljö ute, miljö inne

En intervjustudie om miljöjournalisters förutsättningar att nå
sina journalistiska ideal

Förord

Vi vill tacka vår handledare Jimmy Vulovic för en smidig handledning med goda tips och råd, samt Fredrik Edin som varit behjälplig i att ta fram ett undersökningsområde som har engagerat oss under hela arbetets gång. Vi vill särskilt tacka alla journalister som ställt upp i vår studie och som delat med sig av sina värdefulla erfarenheter. Resultatet i denna studie är något vi själva bär med oss vidare ut i arbetslivet, och något som vi även tror kan ge redaktioner runt om i landet en djupare förståelse för utvecklingspotentialen för miljöjournalistik i olika medieorganisationer.

Abstract

Environmental issues are continuously getting more attention in the media. A great part of the media content about environmental issues is produced by environmental journalists working both in public service and commercial media organizations. In order to identify the potential and pitfalls of environmental journalism, this study focuses on exploring the journalistic values of environmental journalists, and how they experience that their working conditions allow them to reach their ideal reporting. Through interviews with seven environmental journalists working in six different news organizations, this study concludes that the environmental journalist's values largely correspond to previous studies of journalist's values in Sweden, where objectivity and autonomy is highly valued. Furthermore, investigative journalism was seen as both the most important, and the most lacking, value in environmental journalism. The prerequisites for the journalists to produce material according to their ideals were identified in all five levels of the Hierarchy of Influences model, with the main obstacles being high demands of productivity, lack of knowledge in the organization and strategic communication from lobby groups. Despite journalists working within a frame of limitations in their own organization, as well as in the society, the interviewed journalists were generally satisfied with their working conditions, which makes it all the more interesting for future studies to look further into environmental content produced by journalists who are not specified in the field.

Nyckelord: Miljöjournalistik, klimatjournalistik, medieorganisation, arbetsförhållande, intervjustudie, journalistiska ideal, objektivitet.

Innehållsförteckning

1. Inledning	3
1.1 Syfte och frågeställningar	4
1.2 Definitioner och avgränsningar	4
2. Bakgrund och tidigare forskning	5
2.1 Miljöjournalistiken i ett förändrat medielandskap	5
2.2 Yrkesideal och journalistiska värderingar	6
2.2.1 Kritik mot objektivitet	7
2.3 Miljöjournalisternas arbetsplats	8
2.3.1 Arbetsplatsen i ett förändrat medielandskap	9
2.3.2 Medieorganisationers ägandeskap	10
2.4 Källor och källkritik	11
3. Teoretiskt ramverk	12
3.1 Hierarchy of influences	12
4. Metod	14
4.1 Semistrukturerade intervjuer	14
4.2 Material och urval	15
4.3 Genomförande	16
4.4 Bearbetning och analys	17
5. Resultat och analys	18
5.1 Journalistiska ideal	18
5.1.1 Ett fält bland alla andra?	18
5.1.2 I källornas händer	21
5.1.3 Det viktigaste av allt saknas mest	22
5.2 Förutsättningar att nå sina ideal	24
5.2.1 Mer resurser – ny era för miljöjournalistiken?	24
5.2.2 Ökat intresse från redaktioner och samhället	26
5.2.3 Klimatet överskuggar övriga miljöfrågor	27
5.3 Vad påverkar journalisternas förutsättningar?	29
5.3.1 Organisationens ägarskap och struktur	29
5.3.2 Resurser och produktionskrav – räcker tiden till?	31
5.3.3 Kunskap och fortbildning	34
5.3.4 Intresse och engagemang	36
6. Avslutande diskussion och slutsats	37
7. Käll- och litteraturförteckning	41
Bilaga 1. Intervjumall	45

1. Inledning

Miljö- och klimatfrågor tar allt större plats i svenska medier och många medieorganisationer har gjort uttalande satsningar på en starkare bevakning av ämnet.¹ Samtidigt har en förändring skett av medieorganisationers ekonomiska och tekniska förutsättningar. Digitalisering och internet har förändrat hur människor konsumerar nyheter. Med människors förändrade vanor ändras också branschen, där annonsintäkter har minskat och storleken på många redaktioner likaså. När medieorganisationer strömlinjeformas, upplever många journalister ökade produktionskrav med minskande resurser.^{2och3}

Var i den här utvecklingen befinner sig då de journalister som rapporterar om miljöfrågor? Hur påverkas deras arbete av förändringar i medieorganisationen? Och hur ser deras förutsättningar ut att producera journalistik av hög kvalitet?

I Sverige finns starka ideal kring objektivitet och journalisters roll att granska makthavare.⁴ Men i realiteten finns organisatoriska ramar som kan begränsa möjligheten för journalisterna att uppnå sina ideal, något och som gör att de förblir just ideal och inte praxis. Flera studier har gjorts om både miljöjournalisters arbetsrutiner och deras ideal,^{5och6} men få har undersökt hur miljöjournalister i Sverige upplever att deras förutsättningar på sin arbetsplats påverkar kvaliteten på deras journalistik. Det faktum att många journalister upplever nedskärningar och ökade prestationskrav, samtidigt som rapporteringen om miljöfrågor har ökat, gör det intressant att undersöka hur journalisterna upplever sina förutsättningar att göra ett bra arbete och vilka faktorer som påverkar dessa förutsättningar. Med kunskap om faktorer som kan förbättra miljöjournalisters förutsättningar, kan även kvaliteten på journalistiken öka.

¹ Vi-skogen, *Varmare klimat - iskall nyhet? En rapport om klimatet i svensk media*, 2021, s. 3.

² Jesper Strömbäck, Lars Nord, och Adam Shehata, "Swedish Journalists: Between Professionalization and Commercialization", *The Global Journalist in the 21st Century*, 2012, s. 306–319.

³ Henrik Örnebring, *Technology and journalism-as-labour: Historical perspectives*, *Journalism*, Vol.11 nr.1, 2010, s.60-68.

⁴ Jenny Wiik, "Yrkesideal", *Svenska journalister: 1989-2011*, red. Kent Asp, (Göteborg: Göteborgs universitet, 2012), s. 34.

⁵ Ever Josue Figueroa. "News organizations, ideology, and work routines: A multi-level analysis of environmental journalists", *Journalism*. Volume: 21 nr: 10, 2020 s.1486-1501.

⁶ David B. Sachsman, James Simon & Joann M. Valenti. "Regional issues, national norms: A four-region analysis of U.S. environment reporters." *Science Communication*, vol. 28, nr. 1, 2006, s. 93–121.

1.1 Syfte och frågeställningar

Syftet med denna studie är att få en ökad förståelse för hur miljöjournalister upplever deras förutsättningar att producera journalistik som når upp till deras egna journalistiska ideal, samt hur dessa förutsättningar påverkas av resurserna de har till sitt förfogande. För att undersöka detta kommer tre frågeställningar att besvaras:

- *Vad har miljöjournalister för journalistiska ideal i sin rapportering?*
- *Hur upplever miljöjournalister deras förutsättningar att uppnå sina journalistiska ideal och hur förändras dessa förutsättningar med deras resurstillgång?*
- *Vilka faktorer upplever miljöjournalister påverkar deras förutsättningar att uppnå sina journalistiska ideal?*

1.2 Definitioner och avgränsningar

För att närma sig uppsatsens andra och tredje frågeställning, som undersöker journalisternas förutsättningar att producera enligt dem själva god journalistik, måste vi först undersöka hur journalisterna definierar bra miljöjournalistik. Första frågeställningen syftar därför till att undersöka vad journalisterna strävar efter i sitt arbete, och vad som skiljer en bra artikel eller ett bra inslag i radio eller tv från ett mindre bra dito. Vad journalisterna strävar efter i sitt arbete och vad de definierar som bra journalistik benämns i den här uppsatsen som journalisternas *ideal*. Den här definitionen av ideal inkluderar således både klassiska journalistiska normer som neutralitet och opartiskhet, men också ideal kring materialets utformning och tillgänglighet för mediekonsumenten, exempelvis att bidra med ny kunskap och väcka känslor.

En miljöjournalist definieras i denna uppsats som en journalist som huvudsakligen bevakar miljöfrågor, exempelvis biologisk mångfald, energifrågor och global uppvärmning. Klimatförändringarna definieras i den här uppsatsen som en typ av miljöfråga, vilket innebär att journalister som enbart rapporterar om klimatfrågan innefattas i begreppet miljöjournalister.

Miljöfrågor rapporteras om av många typer av medier, och skapas av journalister med olika bevakningsområden och medieslag.⁷ För att undersöka hur just miljöjournalister, och inte journalister i allmänhet som rapporterar om miljöfrågor, upplever att de har förutsättningar att producera enligt dem själva god journalistik, har vi valt att intervjua journalister som på heltid

⁷ Jari Lyytimäki, "Environmental journalism in the Nordic countries", *Routledge Handbook of Environmental Journalism*, red. David B. Sachsman och JoAnn Myer, (London: Routledge, 2020), s. 224.

arbetar, eller nyligen har arbetat, med att rapportera om miljöfrågor i svenska nyhetsmedier. Journalisterna arbetar med såväl tv, radio och press, både inom public service eller kommersiella medieorganisationer. Vi har därmed inte inkluderat journalister som i sin nuvarande arbetsroll bevakar miljö-klimatfrågor på deltid, frilansjournalister, eller journalister som skriver om miljö- och klimat i tidningar kopplat till miljöorganisationer eller företag.

2. Bakgrund och tidigare forskning

2.1 Miljöjournalistiken i ett förändrat medielandskap

År 1962 publicerade den amerikanska biologen Rachel Carson *Tyst Vår (Silent Spring)*, en bok vars namn syftar på att fåglar dör och tystnar som en följd av exponering av miljögifter. Boken blev ett startskott för debatten om människans påverkan på den naturliga miljön. Det var vid denna tid miljöfrågor började ta plats i medierna, men då fanns ännu inga redaktioner eller journalister specialiserade i ämnet.⁸ Under tidigt 1970-tal tog miljöfrågor allt större plats i medierna och den moderna miljöjournalistiken började ta sin form.⁹ Redaktioner anställde specialiserade miljöjournalister, ofta var det vetenskapsjournalister som utökade sina ämnesområden.¹⁰ Under 1990-talet utvecklades miljöjournalistiken i västvärldens medier, från berättelser om föroreningar och tekniska problem, till rapportering om mer komplexa sammanhang, såsom hantering av naturresurser, bioteknik och klimatförändringar. Yrkesrollen för miljöjournalister blev därmed alltmer gränsöverskridande och spände över ämnen som vetenskap, hälsa, politik och ekonomi.¹¹

Sedan början av 2000-talet har många nyhetsredaktioner i västvärlden blivit alltmer ekonomiskt pressade. Mediekonvergens, minskande redaktioner och digitalisering har gjort att allt färre traditionella nyhetsredaktioner prioriterar specialistkompetens, därmed har många positioner för specialiserade miljöjournalister försvunnit.¹² och ¹³ Internationellt bedrivs idag en

⁸ Monika Djerf-Pierre, "The greening of the news: The institutionalization of 'the environment' in television news reporting 1961-1973.", *A history of Swedish broadcasting: Communicative ethos, genres and institutional change*, red. Monika Djerf-Pierre och Mats Ekström (Göteborg: Nordicom, 2013), s. 283–304.

⁹ Lyytimäki, s. 224.

¹⁰ Djerf-Pierre, 2013, s. 283–304.

¹¹ Anders Hansen, "Sources, strategic communication, and environmental journalism", *Routledge Handbook of Environmental Journalism*, red. David B. Sachsman och JoAnn Myer Valenti (London: Routledge, 2020), s 38-51.

¹² Hansen, s. 38-51.

¹³ Lyytimäki, s. 221-233.

stor del av miljöjournalistiken av allmänreportrar, ofta utan specialistkompetens i ämnet, under hög tidspress och med begränsade förutsättningar att sätta sig in i ämnet. Nedprioriteringen av specialiserade miljöjournalister på nyhetsredaktioner gör att det återigen har börjat likna hur det såg ut innan 1990-talet, då få journalister arbetade med att rapportera om miljöfrågor på heltid.¹⁴

Hur antalet specialiserade miljöjournalister i Sverige har utvecklats de senaste åren är svårt att säga. Det har gjorts begränsat med undersökningar och Journalistförbundet för inte den typen av statistik.¹⁵ Flera av de stora redaktionerna i Sverige har dock de senaste åren satsat på en ökad bevakning av miljöfrågor, i synnerhet klimatfrågan.^{16,17och18} Mellan 2014 och 2019 ökade rapporteringen om klimatfrågan i svenska medier trefaldigt. Trots att rapporteringen minskade något under 2020 var klimatfrågan ett av de mest omskrivna ämnesområdena, endast överträffat av coronapandemin.¹⁹

2.2 Yrkesideal och journalistiska värderingar

Samtidigt som miljöjournalistiken utvecklades i Sverige under 1970-talet, växte sig ideal om objektivitet starkare inom journalistiken. Objektivitet som ett ideal för nyhetsmedier innefattar både saklighet, som innebär att en nyhet ska vara sann och relevant, och opartiskhet som syftar på att rapporteringen ska vara balanserad mellan de presenterade parterna och neutral i ordval.²⁰ Ideal om objektivitet härstammar från den amerikanska dagspressen i slutet av 1800-talet, men tog fäste i Europa först efter andra världskriget då public service blev starkare inom radio och tv, med opartiskhet som en grundsten.²¹

Wolfgang Donsbach formulerade 2010 tre olika traditioner för den professionella identiteten bland journalister i västerländsk media. I Sverige är den starkaste traditionen *Public service-traditionen*, som utgår från idealet att objektivitet och fakta går före åsikter och att journalistens roll därmed är att vara den professionella informationsförmedlaren.²² De två andra

¹⁴ Lyytimäki, s. 221-233.

¹⁵ E-mejl från Journalistförbundet till författaren, daterat 2021-11-05, i författarens ägo.

¹⁶ Petter J. Larsson, "Aftonbladets nya klimatsatsning: Liverapport varje dag", *Aftonbladet* 2021-02-16.

¹⁷ Marcus Ekdahl, "Därför satsar HD och Sydsvenskan extra på klimat- och miljöfrågor", *Sydsvenskan* 2018-08-16.

¹⁸ Mikaela Somnell, "Expressen storsatsar på klimat – startar ny redaktion", *Expressen* 2019-05-30.

¹⁹ Vi-skogen, s. 3.

²⁰ Bengt Johansson, "Journalistiken, objektiviteten och partiskheten", *Handbok i journalistikforskning*, Andra upplagan red. Strömbäck, Jesper, (Lund: Studentlitteratur, 2019), s. 188-201.

²¹ Gunnar Nygren, "Journalistik som profession", *Handbok i journalistikforskning*, Andra upplagan, red. Strömbäck, Jesper, (Lund: Studentlitteratur, 2019), s. 64.

²² Lyytimäki, s. 222-231.

traditionerna är den *subjektiva traditionen*, där åsikter är en viktig del av journalistens roll, och den *kommersiella traditionen* där ekonomisk framgång är centralt och journalisten i första hand är anställd för att producera material som säljer.²³ Förutom att ha en stark *public service-tradition*, utmärker sig också de nordiska länderna med möjligheterna att bedriva faktacentrerad journalistik tack vare transparenta statliga organisationer och lättillgänglig kunskap från vetenskapen. Men under de senaste decennierna har den kommersiella traditionen växt sig starkare i Sverige, i takt med att medieföretag blivit alltmer ekonomiskt pressade.²⁴

Återkommande enkätundersökningar genomförda av forskare på Göteborgs universitet visar att ideal om objektivitet värderas högt av den svenska journalistkåren. Bland de viktigaste idealen är att vara objektiv, neutral och att låta olika åsikter komma fram. Men de påståenden som allra flest journalister höll med om i den senaste undersökningen genomförd 2018 var att journalistiken bör granska makthavare och förklara komplicerade skeenden. Inte fullt lika viktigt, men som ändå stöds av de flesta tillfrågade journalister, var att stimulera nya tankar och idéer, samt att ge människor upplevelser.^{25och26} En studie om miljörapportering i USA visar också att autonomi i urvalet av vad som ska rapporteras är bland de högst prioriterade idealen bland just miljöjournalister.²⁷

2.2.1 Kritik mot objektivitet

Idealet om objektivitet har också kritiker som menar att idealet är ouppnåeligt eftersom alla berättelser har ett perspektiv, som bygger på en form av ideologi.²⁸ Det finns också konkreta exempel där en strävan efter en balans inom miljöjournalistik har blivit missvisande. Forskning visar att amerikanska medier länge har spelat på en konflikt mellan de som anser att mänskliga aktiviteter inte påverkar den globala uppvärmningen och forskare som säger tvärtom, något som har lett till en så kallad falsk balans. Det innebär att klimatforskare ofta har behövt debattera med personer som förnekar eller förminskar klimatförändringarna, ofta med anknytning till fossilindustrin, vilket har gett en missvisande bild av ett område där det råder stark enighet bland

²³ Wolfgang Donsbach, "Journalists and their professional identities", *The Routledge companion to news and journalism* red. Stuart Allan, (London: Routledge, 2010), s. 38-48.

²⁴ Lyytimäki, s. 222-231.

²⁵ Wiik, 2012, s. 34.

²⁶ Jenny Wiik, "Den svenska journalistkåren", *Handbok i journalistikforskning*, Andra upplagan, red. Strömbäck, Jesper, (Lund: Studentlitteratur, 2019), s. 134.

²⁷ Sachsman, Simon & Valenti. s. 93-121.

²⁸ Johansson, s. 188-201.

forskare.^{29och30} Trenden tycks dock allt mer gå mot en betoning av vetenskaplig säkerhet i rapporteringen av klimatförändringarna.³¹ I Sverige har klimatjournalistiken under en längre tid präglats av en vetenskaplig och politisk konsensus när det gäller människans påverkan på klimatet.³² Problemet med den ovannämnda falska balansen har gjort att flera kritiker argumenterar för att befintliga journalistiska normer kring objektivitet är utdaterade och missgynnar miljö-och klimatrapporteringen.^{33och34} Shane Gunster hävdar exempelvis att strävan efter objektivitet ofta leder till att problem gestaltas som tvåsidiga konflikter och nollsummespel där det alltid finns vinnare och förlorare, vilket lämnar mindre utrymme till problembeskrivningar med fler “vinnare”.³⁵

2.3 Miljöjournalisternas arbetsplats

Journalisters ideal för vad journalistik av hög kvalitet är kan i hög grad påverka vad journalisten producerar för material. I realiteten finns även organisatoriska ramar, rutiner och normer på arbetsplatsen, som påverkar vilket nyhetsmaterial som produceras.³⁶ En studie genomförd av Jesper Strömbäck m.fl. visar att det finns en skillnad mellan vad svenska journalister anser *borde ha* störst betydelse för vad som blir en nyhet och vad de *tror har* störst betydelse. Journalister anser att faktorer som *borde ha* störst betydelse är att den rapporterade händelsen har konsekvenser för människors vardagsliv, att händelsen ökar människors insikter och kunskaper och att händelsen gör att människor blir medvetna om missförhållanden i samhället. Faktorer som journalister *tror har* störst betydelse i praktiken är enligt undersökningen att nyheten är exklusiv och att händelsen är sensationell, dramatisk och spännande.³⁷

²⁹ Maxwell T. Boykoff & Jules M. Boykoff, “Balance as Bias: Global Warming and the US Prestige Press”, *Global Environmental Change*, Vol.14, nr. 2, (Elsevier Ltd, 2004), s. 125-136.

³⁰ Lisa Antilla, “Climate of scepticism: US newspaper coverage of the science of climate change.” *Global Environmental Change*, Vol. 15, nr. 4, 2005, s. 338–352.

³¹ Reiner Grundmann & Mike Scott, Disputed climate science in the media: Do countries matter? *Public Understanding of Science* Vol. 23, nr. 2, 2014, s. 220–235.

³² Ulrica Olausson, Global warming – global responsibility? Media frames of collective action and scientific certainty.” *Public Understanding of Science* Vol. 18, nr 4, 2009, s. 421–436.

³³ Anita Howarth, “Participatory politics, environmental journalism and newspaper campaigns”, *Journalism Studies*, Vol. 13, nr. 2, 2012, s. 210-225.

³⁴ Maxwell T. Boykoff & Jules M. Boykoff, “Climate change and journalistic norms: A case-study of US mass-media coverage.” *Geoforum*, Vol. 38, nr. 6, 2007, s. 1190–1204.

³⁵ Shane Gunster, “Engaging climate communication: audiences, frames, values and norms”, *Journalism and climate crisis: public engagement, media alternatives* (Abingdon, Oxon: Routledge, 2017), s. 49-76.

³⁶ Figueroa, s. 1493.

³⁷ Strömbäck, Nord & Shehata, s. 306–319.

De faktorer där det var som störst skillnad mellan vad journalisternas tycker borde spela roll för vad som blir en nyhet och vad de tror spelar roll var: att händelsen intresserar redaktionsledningen, att händelsen ska vara billig att bevaka, och att det ska finnas ett bra pressmeddelande för händelsen.³⁸ Dessa skillnader visar på ett gap mellan journalisters ideal, och vad som faktiskt produceras. För att förstå varför denna skillnad uppstår ges nedan en bakgrund till hur journalisters förutsättningar att bedriva journalistik har förändrats i ett skiftande medielandskap.

2.3.1 Arbetsplatsen i ett förändrat medielandskap

Det förändrade medielandskapet för journalister har satt hård ekonomisk press på många redaktioner. Mellan 2008 och 2020 halverades annonsintäkterna för svenska medier som producerar journalistik och ingen vändning av trenden förutspås. Bara under 2020 minskade annonsintäkterna med mellan 20 och 25 procent hos de flesta medier.³⁹ En följd av de försämrade ekonomiska förutsättningarna har blivit att antalet yrkesverksamma journalister minskat under många år.⁴⁰ Men olika redaktioner har drabbats olika hårt. Etermedia och rikstäckande medier har klarat sig bättre än tryckt press och lokala medier. Medan dagstidningars redaktioner krympte med en fjärdedel mellan 2013 och 2019, höll sig redaktionerna inom public service relativt stabila.⁴¹ Efter många års nedskärningar har dock trenden i Sverige börjat plana ut. Den förändrade ekonomiska situationen har gjort att mediebolag har behövt undersöka nya finansieringsmodeller. Mellan 2017 och 2019 minskade nyhetsredaktionerna endast med fyra procent, motsvarande ca 200 journalister, och under pandemiåret 2020 kunde de flesta redaktioner behålla sin personal, tack vare statligt mediestöd och en ökad digital prenumerationsbas.⁴² Trots att antalet prenumeranter på papperstidningar minskat i Norden är Sverige, tillsammans med Norge och Finland, bland de länder som har lyckats bäst med att locka prenumeranter online.⁴³

³⁸ Ibid.

³⁹ Madeleine Thor och Per Henckel, "Fortsatt tapp för reklamintäkter till journalistik i spåren av Corona-krisen" *Mediestudiers årsbok: Tillståndet för journalistiken 2019/2020*. 2020, s. 85-104.

⁴⁰ Leonard Wallentin, "Paus i redaktionsslakten" *Mediestudiers årsbok: Tillståndet för journalistiken 2019/2020*. 2020, s. 39-49.

⁴¹ Lars Truedson. "Tillståndet för nyhetsjournalistiken 2019 – en översikt" *Mediestudiers årsbok: Tillståndet för journalistiken 2018/2019*, 2019, s. 15.

⁴² Gunnar Nygren, *Mediestudiers årsbok: Tillståndet för journalistiken 2020.*, 2020 s. 16.

⁴³ Lyytimäki, s. 221-233.

När antalet journalister minskar, ökar kraven för vad journalister ska hinna med i det förändrade medielandskapet.⁴⁴ Många journalister vittnar om att stress och produktionskrav i deras arbete har ökat över åren. Digitalisering av mediebranschen har förändrat journalisters arbetsrutiner, som å ena sidan har gett journalister tillgång till fler kanaler att kommunicera och hitta information på, men å andra sidan gjort att många journalister rutinmässigt förväntas producera innehåll för flera olika medieplattformar.⁴⁵

De höga kraven påverkar inte enbart journalisternas stressnivå, utan även förutsättningar för dem att bedriva sitt arbete, då tidspressen kan leda till att arbetsuppgifter som research, arbete med egna uppslag och granskande journalistik trängs undan.⁴⁶ Endast en av tio journalister tycker att det finns tillräckliga resurser på deras arbetsplats för att genomföra grävprojekt.⁴⁷

Det är dock inte självklart att slimmade redaktioner leder till lägre kvalitet. I en enkätundersökning med svenska journalister från 2012, svarade 73 procent att resurserna på deras redaktion hade minskat de senaste åren. Trots det tyckte de flesta journalisterna att kvaliteten på materialet de publicerade hade hållit sig stabilt.⁴⁸

2.3.2 Medieorganisationers ägandeskap

De publicistiska idealen är inte alltid förenliga med marknadens krav på lönsamhet. I ett medielandskap där konkurrensen om läsare och annonsörer är hård, blir balansen mellan dessa principer särskilt utmanande.⁴⁹ Medieorganisationers ägarskap formar vilka nyheter som produceras, där privata och offentliga ägare ofta skiljer sig både i deras finansiella modeller och mediernas politiska koppling.^{50och51} En nordamerikansk studie genomförd av medieforskaren Ever Josue Figueroa visade att bland det som har störst påverkan på miljöjournalisters arbetsrutiner är om arbetsplatsen är en vinstdrivande organisation eller inte. Miljöjournalisterna i

⁴⁴ Hansen, s. 40ff.

⁴⁵ Henrik Örnebring, "Det journalistiska arbetets förändring", *Handbok för journalistikforskning*, Andra upplagan red. Strömbäck, Jesper, (Lund: Studentlitteratur, 2019), s. 448f

⁴⁶ Ibid.

⁴⁷ Kerstin Brunberg, Ester Pollack, Andreas Widholm, Erik Palm & Göran Ellung, *Allt mindre tid för grävande journalistik*, (Grävfonden, Stockholms universitet, Journalistförbundet: 2021), s. 6.

⁴⁸ Strömbäck, Nord & Shehata, s. 306–319.

⁴⁹ Nicklas Håkansson. "Nyheter i public service och kommersiella etermedier: en jämförelse" *Handbok för journalistikforskning*, Andra upplagan red. Strömbäck, Jesper, (Lund: Studentlitteratur, 2019), s 352.

⁵⁰ Pamela J. Shoemaker och Stephen D. Reese, *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content* (New York: Longman, 1996), s. 155-165.

⁵¹ Johanna Dunaway & Regina G. Lawrence, "What Predicts the Game Frame? Media Ownership, Electoral Context, and Campaign", *News Political Communication*, Vol. 32, nr. 1, 2015, s.18.

studien som arbetade i en vinstdrivande organisation var mer styrda i vilka nyheter de kunde rapportera och hur mycket tid de hade att arbeta med dem, eftersom de behövde anpassa sig till organisationens finansiella behov. Journalisterna som arbetade i en icke vinstdrivande organisation kände däremot en större frihet i sina arbetsrutiner eftersom de inte hade samma press att locka publik för att generera vinst till företaget.⁵² Även mediernas politiska inriktning påverkar rapporteringen, där konservativa nyhetsmedier är mer benägna att uttrycka sig skeptiskt om människans påverkan på klimatförändringarna än mer liberala och vänsterorienterade nyhetsmedier.⁵³

Medan public service verksamhet styrs av lagar och finansieras av skattepengar, drivs kommersiella medier av ekonomiska krav för att fortleva. Eftersom kunskap om samhället och omvärlden är en viktig grund i demokratin, anses public service ha en viktig funktion genom att producera material som en samhällsservice. Men trots kommersiella mediernas ekonomiska krav, kan de fylla en likväl viktig roll att förmedla samhällsservice, inte minst i Norden där idealet kring objektivitet och kritisk granskning är inkodat i den professionella journalistens identitet. I Sverige är den public service-präglade traditionen stark, oavsett ägarform.⁵⁴

2.4 Källor och källkritik

Under miljöjournalistikens relativt korta historia har maktbalansen mellan miljöjournalister och deras källor förändrats avsevärt. I början av 70-talet berodde miljörapporteringen i västvärlden till stor del på material som skapades och tillgängliggjordes av källgenererat pressmaterial.⁵⁵ Det nya digitala medielandskapet som växt fram sedan 1990-talet har gett upphov till nya plattformar och kanaler som journalistik kan bedrivas på, och nya format för hur journalistiken kan vara utformad. Detta tillåter fler röster och perspektiv att komma till tals i rapporteringen om miljöfrågor.⁵⁶ Trots det är miljöjournalistiken ofta elit-driven och präglas av resursstarka källor inom politik och näringsliv, speciellt när det handlar om nationella intressen.⁵⁷ Såväl ekonomiska som politiska intressen om miljöfrågorna gör att det finns många aktörer som vill få inflytande

⁵² Figueroa, s. 1496.

⁵³ Hansen, s. 40–46.

⁵⁴ Håkansson, s. 351.

⁵⁵ Hansen, s. 41f.

⁵⁶ Hansen, s. 41f.

⁵⁷ Adam Shehata, & Daniel Nicolas Hopmann, "Framing climate change.", *Journalism Studies*, Vol. 13, nr. 2, 2012 175–192.

över medierna.⁵⁸ Det finns därmed en dragkamp mellan företag, myndigheter och miljöorganisationer att influera samhällsdebatten om miljöfrågor om vem som bär ansvaret över vissa miljöproblem, och vad lösningen är.⁵⁹ Lobbyverksamheten är stark bland företag och industrier, men även miljöorganisationer har utvecklat strategier för att synas i media och få gehör för sina krav, trots att de har mer begränsade resurser.⁶⁰ Under de senaste decennierna har miljöorganisationer, företag, industrier, och forskningsinstitutioner utvecklat sin strategiska kommunikation för att få ut sitt budskap genom att generera informationen i färdigpaketerat nyhetsmaterial. Med färre resurser för specialiserade miljöjournalister och alltmer färdigpaketerat strategisk kommunicerat material, riskerar miljöjournalistiken att bli en megafon för olika aktörer. Vissa menar att en utveckling där mindre insatta journalister ska navigera i ett allt större hav av information om miljöfrågor, leder till en "klipp och klistra"-journalistik, där journalister okritiskt använder pressmeddelanden och annat marknadsföringsmaterial istället för att aktivt söka och producera eget material.⁶¹ Nya strategier för miljökommunikation och högre ekonomisk press hos traditionell nyhetsmedia har därmed förskjutit maktbalansen mellan journalister och dess källor till källornas fördel.⁶²

3. Teoretiskt ramverk

3.1 Hierarchy of influences

Den här studien syftar till att undersöka hur miljöjournalister upplever att de har förutsättningar att producera god miljöjournalistik och vilka faktorer som påverkar dessa förutsättningar. För att analysera detta kommer modellen hierarchy of influences (fortsättningsvis förkortat HOI) att användas. Teorin formulerades av Pamela Shoemaker and Stephen Reese 1996 och används vanligen för att förklara faktorer som formar innehållet i nyhetsmedier på fem olika nivåer, från attribut hos den enskilda journalisten på mikronivå till hela samhällets normer och värderingar på makronivå.⁶³

⁵⁸ Monika Djerf-Pierre & Ulrika Olausson. "Miljöjournalistik", Handbok för journalistikforskning, Andra upplagan red. Strömbäck, Jesper, (Lund: Studentlitteratur, 2019), s. 231.

⁵⁹ Hansen, s. 40-44.

⁶⁰ Libby Lester, "Sources and voices", *Media & environment*, (Cambridge: Polity Press, 2010) s.87-102.

⁶¹ Lyytimäki. s. 221-233.

⁶² Hansen, s. 40-44.

⁶³ Shoemaker & Reese, 1996.

Sedan modellen togs fram har den teknologiska utvecklingen ändrat det mediala ekosystemet, där den tidigare enkelriktade kommunikationen till publiken i allt högre grad har blivit dubbelriktad. Detta har ändrat såväl medieorganisationers strukturer och arbetssätt, som journalistikens förhållande till sin publik.⁶⁴ I en revision av modellen tar författarna hänsyn till att gränserna mellan dessa nivåer blivit allt mer flytande. Nivåerna bör därför betraktas mer som ett nätverk än en hierarki där de olika nivåerna är över- eller underordnade varandra.⁶⁵

Den första nivån i modellen utgörs av den enskilde journalisten eller redaktören, vars ideal, värderingar och personliga drag påverkar innehållet i det producerade materialet. Journalistens bakgrund och personliga drag kan till exempel påverka vilken källa som kontaktas, vilken fakta som ska lyftas fram eller hur en mening formuleras. Dessa val görs dock inom ramarna för vad de andra nivåerna tillåter.

Nästa nivå innefattar de rutiner och normer som råder på arbetsplatsen och bland kollegor. Rutiner antas i modellen påverka det material som produceras genom att skapa strukturer på arbetsplatsen, exempelvis när det kommer till att anpassa sig till källors krav och kontrollera arbetsflöden. De kan innebära såväl tidsramar, format för det producerade materialet, och normer att balansera sidor för att återropa objektivitet. Med ett ändrat medielandskap ändras även de journalistiska rutinerna, och därmed även strukturen på arbetsplatsen, där det ständigt utvecklas mer digitalt anpassade format.⁶⁶

Den tredje nivån handlar om hur organisationer som helhet är uppbyggda, vilket bland annat innefattar ansvars- och resursfördelning, samt vilken policy som råder i organisationen. Exempelvis påverkar resursfördelningen på redaktionen hur många specialiserade reportrar det finns på redaktionen och vilka ämnen som uppmärksammas. Nyhetsredaktioner som en gång haft en tydlig utformning, har med förändrade arbetsformer och samarbeten fått allt mer diffusa gränser.⁶⁷

Den fjärde nivån behandlar medieorganisationer som sociala institutioner, som i sin tur påverkar och påverkas av andra institutioner, till exempel myndigheter och politiska partier. Nivån fokuserar på hur en medieorganisation interagerar med större institutioner, bland annat

⁶⁴ Pamela J. Shoemaker och Stephen D. Reese, "A media sociology for the networked public sphere: The hierarchy of influences model." *Mass Communication and Society*, Vol. 19, nr. 4, 2016 s.393ff.

⁶⁵ Pamela J. Shoemaker och Stephen D. Reese, *Mediating the Message in the 21st Century: A Media Sociology Perspective*, (New York: Routledge, 2013).

⁶⁶ Shoemaker & Reese, 2016.

⁶⁷ Shoemaker & Reese, 2016, s.400ff.

genom maktrelationer mellan olika aktörer som kan sätta en medieorganisation i beroendeställning till staten, publiken, eller annonsörer.⁶⁸ Att nyhetsmedierna kan delas in i en social institution kan tydliggöras genom att jämföra innehållet i nyhetsmedier i samma land, vars innehåll ofta är väldigt likt och överlappar i stor grad.⁶⁹

Den högsta nivån är det sociala system i landet där medierna verkar, vilket innefattar samtliga institutioner, normer och värderingar i samhället. Den här nivån sätter den yttersta ramen för vad medierna kan innehålla. Normer sätter utgångspunkten för vad medierna kan innehålla och vilka vinklar nyhetsmaterialet kan presenteras med. Ett exempel på en av de kanske starkaste värderingarna i det svenska samhället är att demokrati är någonting bra och diktatur någonting dåligt.

HOI-modellen kommer att användas i denna studie som ett teoretiskt ramverk för att få en ökad förståelse för vilka faktorer som påverkar de intervjuade miljöjournalisterna att uppnå sina journalistiska ideal. Detta kommer att göras med hjälp av att i analysen koppla journalisternas resonemang om vilka faktorer som de upplever styr deras förutsättningar till de olika nivåerna.

4. Metod

4.1 Semistrukturerade intervjuer

För att undersöka vad miljöjournalister har för ideal och hur de upplever att sina förutsättningar att nå dessa, har kvalitativa semistrukturerade intervjuer använts. Den kvalitativa forskningsintervjun är en vanlig metod för att undersöka organisationers verksamheter, yrkesgruppers arbete och människors erfarenheter i dagliga sammanhang.⁷⁰ Semistrukturerade intervjuer används för att förstå världen ur den intervjuade personens egna perspektiv inom utvalda teman, där det ges utrymme för att ställa följdfrågor.⁷¹ Metodens öppna karaktär möjliggör att följa upp de ursprungliga frågorna med följdfrågor för att få mer ingående kunskap

⁶⁸ Ibid s.402f.

⁶⁹ Pamela J. Shoemaker & Akiba A. Cohen, *News around the world. Content, practitioners, and the public.* (New York: Routledge, 2006).

⁷⁰ Mats Ekström och Larsåke Larsson. "Kvalitativa intervjuer", *Metoder i medie- och kommunikationsvetenskap.* 3e upplagan, red. Mats Ekström och Bengt Johansson (Studentlitteratur AB, 2019), s. 101.

⁷¹ Steinar Kvale, Svend Brinkmann, & Sven-Erik Torhell, *Den kvalitativa forskningsintervjun.* (Lund: Studentlitteratur, 2014), s. 45.

och förståelse.⁷² För att undersöka faktorer på journalistens arbetsplats som påverkar det producerade nyhetsmaterialet, utan att svaren filtreras genom intervjupersonernas egna uppfattningar, hade intervjuerna kunnat kompletteras med etnografiska studier, såsom observationer av journalisternas arbetsrutiner. Etnografiska metoder används vanligen för att undersöka den andra och tredje nivån av HOI, med fokus på strukturer i redaktioner och medieorganisationer, som påverkar det mediala material som publiceras.⁷³ För att undersöka varje enskilda nivå hade därmed andra metoder kunnat lämpa sig. Publikundersökningar, och fokusgrupper hade kunnat berätta mer om samhällets värderingar, och innehållsanalyser av det journalistiska materialet kunnat indikera kvaliteten på det material som publiceras från olika medier. Men eftersom denna studie syftar till att undersöka just miljöjournalisternas egna uppfattningar om deras förutsättningar att bedriva kvalitativ journalistik, bedömdes intervjuer vara den bäst lämpade metoden för studiens syfte.

4.2 Material och urval

Intervjupersonerna valdes ut genom ett så kallat variationsurval, där personerna som intervjuas ska representera en bredd inom det ämne som undersöks.⁷⁴ Eftersom typen av medieorganisation är en faktor som påverkar journalisters förutsättningar att skapa journalistik, gjordes ett variationsurval av sju miljöjournalister från sex olika medieorganisationer. Tre av journalisterna arbetar inom public service och fyra i kommersiella mediebolag med både varierande storlek och geografisk täckning. Tre av de intervjuade är kvinnor och fyra är män.

Sju intervjuer bedömdes vara ett lämpligt antal med tanke på projektets begränsade tidsram. Att genomföra ett större antal intervjuer hade inte lämnat tillräckligt med utrymme till att analysera varje enskild intervju på ett djupare plan, och meningen i vad intervjupersonerna faktiskt sa hade riskerat att gå förlorad. En fördel med att göra färre än sju intervjuer hade varit att varje journalist hade fått mer utrymme att gå djupare i sina resonemang och deras svar hade kunnat analyseras mer utförligt. I detta fall prioriterades en bredd av journalister från olika medieorganisationer för att kunna jämföra hur journalisternas upplevda förutsättningar skiljer sig

⁷² Ekström & Larsson, s. 102.

⁷³ Shoemaker & Reese, 2016. s.400f.

⁷⁴ Ekström & Larsson, s. 113.

mellan olika organisationer. Att studien genomförs med ett begränsat antal miljöjournalister gör dock att resultaten endast kan ge en indikation på situationen för hela yrkesgruppen.

För att anonymisera journalisterna kommer de i analyskapitlet benämnas med ett kodnamn. Journalisterna som arbetar inom public service kommer benämnas PS1, PS2 och PS3, medan de som arbetar inom kommersiella medier kommer benämnas K1, K2, K3 och K4. Anledningen till att journalisterna benämns med en personlig kod baserad på ägandeformen av deras arbetsplats är att det i vissa fall är av relevans att det är samma person som uttrycker flera åsikter eller för flera resonemang.

4.3 Genomförande

Intervjuerna med journalisterna genomfördes på distans med hjälp av programmen Zoom och Teams. Att genomföra intervjuerna digitalt möjliggjorde att relevanta intervjupersoner kunde väljas ut utan geografiska begränsningar, samt en flexibilitet för intervjupersonerna att med kort varsel ändra tidpunkt för intervjun. Den flexibiliteten har varit fördelaktig under de förhållanden som studien gjorts: under en rådande pandemi och nära inpå ett globalt klimatmöte där flera av journalisterna närvarade. Men en intervju online kan inte på alla sätt likställas med intervjuer genomförda på plats. I ett fysiskt möte är det möjligt att komma närmare intervjupersonerna, vilket kan påverka intervjun genom ökad tillit och bekvämlighet, som kan ge utrymme för personen att dela mer av sina tankar och resonemang. Det hade också varit möjligt att i större utsträckning tolka kroppsspråk och på så sätt förstå meningen i intervjupersonens resonemang och ställa bättre följdfrågor. Trots det bedömdes fördelarna med online-intervjuers flexibilitet väga över nackdelarna.

Som stöd under intervjuerna användes en intervjumall (se bilaga 1), som togs fram med hjälp av boken *Den kvalitativa forskningsintervjun*.⁷⁵ Mallen är uppdelad i två huvudsakliga delar: en med fokus på journalisternas ideal för miljörapportering, och den andra med fokus på de organisatoriska förutsättningarna för miljöjournalisten att nå sina ideal. Delarna innehåller forskningsfrågor som kopplar till frågeställningarna, samt mer konkreta intervjufrågor som ställdes till de intervjuade i syfte att besvara forskningsfrågorna. Mallen användes framför allt för att se till att alla forskningsfrågor täcktes in under intervjun, men följderna på frågorna varierade beroende på samtalets naturliga förlopp. Att journalisterna kom in på olika spår med olika

⁷⁵ Kvale, Brinkmann, och Torhell, s. 176ff.

exempel från deras arbetsliv gjorde det lämpligt att ställa följdfrågor kopplade till de ämnen som togs upp. Därför varierade följdfrågorna något mellan intervjuerna.

Intervjufrågorna hade ett öppet format som tillät journalisterna att själva berätta om sina ideal och förutsättningar, utan etablerade ideal eller nivåer i HOI-modellen påtalades. Journalisterna fick fritt tala om de ideal som de kom att tänka på under intervjun, vilket innebär att vad de *inte* talade om inte nödvändigtvis är mindre viktigt, eftersom det kan bero på att personen inte kom att tänka på just de idealen eller faktorerna vid tillfället för intervjun. Resultatet visar således inte en heltäckande bild av journalistens ideal och uppfattning av sina förutsättningar. Detta, tillsammans med det begränsade urvalet av intervjupersoner gör att resultatet inte nödvändigtvis kan tolkas kvantitativt gällande de ideal och faktorer som tas upp, utan i första hand ska tolkas som kvalitativa exempel.

4.4 Bearbetning och analys

Intervjuerna spelades in och transkriberades med stöd av digitala transkriberingverktyg. Av tidsbesparande skäl utelämnades småord, prosodi och andra lingvistiska beteenden från transkriberingen, eftersom analysen syftar till att tolka meningen av *vad* intervjupersonen säger, och inte *hur* det sägs. Delar av intervjun som ej behandlar forskningsfrågorna eller uppenbart saknade betydelse för studien, såsom hälsningsfraser, skrevs inte ut.

Intervjupersonernas formuleringar i transkriptionerna tolkades, varpå särskilt relevanta teman identifierades och fördes över till en analysmall som utgick från teman som tagits upp. För att minska påverkan av ensidigt subjektiva tolkningar av intervjupersonens uttalanden har båda författarna varit involverade i processen att tolka transkriberingarna och analysera dess betydelse. Utifrån intervjumallen identifierades centrala aspekter kring journalisternas ideal, journalisternas förutsättningar att uppnå dessa, och vilka faktorer som journalisterna upplever påverkar deras förutsättningar. HOI-modellen används löpande i analysen för att förstå var på arbetsplatsen och i samhället som dessa faktorer återfinns, och hur de förhåller sig till varandra. För att vidare förstå miljöjournalistikens utveckling, och hur journalisternas ideal och förutsättningar har utvecklats över tid, analyseras uppsatsens empiri även ur ett historiskt perspektiv, där uppsatsens resultat kommer att bygga vidare på den historiska bakgrunden som beskrivs i kapitel 2.1.

5. Resultat och analys

I detta avsnitt presenteras resultatet av journalisternas svar, som analyseras löpande. Resultat och analys är uppdelat i tre delar, 5.1, 5.2 och 5.3, där en frågeställning behandlas i varje del.

5.1 Journalistiska ideal

Miljöjournalistik är ett brett fält inom journalistiken som spänner över många ämnen: vetenskap, politik, ekonomi, hälsa och kultur. Det är ett ämnesområde som har genomgått stora förändringar i hur och vad som rapporteras och hur redaktioner prioriterar det. Men skiljer sig miljöjournalistik egentligen från annan journalistik? Är det samma ideal som styr miljöjournalisterna som resten av journalistkåren? Och är verkligen klimatfrågan viktigare än allt annat? Det här är några frågor som det kommer resoneras kring när uppsatsens första frågeställning ska försöka besvaras:

- *Vad har miljöjournalister i public service och kommersiell media för journalistiska ideal i sin rapportering?*

5.1.1 Ett fält bland alla andra?

Den första frågan under intervjuerna uppmanade journalisterna att berätta om miljöjournalistik som de nyligen tagit del av som de tyckte var särskilt bra, samt varför de tyckte att den var bra (se bilaga 1). Frågan följdes upp med följdfrågor för att försöka precisera vad journalisterna anser definierar bra miljöjournalistik.

Journalisternas ideal stämmer i stor utsträckning överens med tidigare forskning om hela den svenska journalistkårens ideal som presenteras i kapitel 2.2. Några av de vanligaste svaren var att journalistiken bör vara granskande, opartisk och självständig, det vill säga inte styras av några andra intressen samt att hitta egna nyheter. I många av journalisternas svar går att se en stark koppling till *public service-traditionen*, med ett stort fokus på objektivitet och fakta före åsikter, vilket också stämmer överens med tidigare forskning.^{76och77} När journalisterna fick berätta fritt om vad de strävar efter i sin rapportering var det flera som nämnde att rapportera konstruktivt, det vill säga att visa lösningar på problem, att rapporteringen ska väcka känslor och att informationen som förmedlas ska vara lättillgänglig och begriplig.

⁷⁶ Lyytimäki, s. 222-231.

⁷⁷ Donsbach, 2010, s. 38-48.

Viss litteratur och tidigare forskning har visat att miljöjournalistik ibland haft svårighet att förhålla sig till objektivitet och neutral rapportering, bland annat på grund av osäkerhet kring vetenskaplig konsensus i forskningsfrågor och intressenter med starka intressen, som kan leda till så kallad falsk balans.⁷⁸ Men att miljöjournalistiken skulle ha svårt att passa in i ideal om neutralitet och objektivitet uttryckte inte de intervjuade journalisterna. Ingen av dem såg någon sådan problematik när de blev tillfrågade om miljöjournalistikens särskilda utmaningar eller eventuella skillnader från annan journalistik. Det i sin tur bekräftar den forskning som visar att svensk klimatjournalistik tenderar att vara mer vetenskapligt baserad,⁷⁹ att möjligheterna att bedriva faktacentrerad journalistik är god och att problemet med falsk balans inte är ett så utbrett problem i Sverige som i USA.⁸⁰ K1 tycker att miljöjournalistik passar med ideal om objektivitet, även om hen menar att det tidigare funnits en “dispyt huruvida man ska ta med de här som har ifrågasatt den samlade vetenskapliga bedömningen kring klimatförändringarna”. K1 fortsätter:

Så det är klart att det i sig är ett ställningstagande och att man inte i regel tar med klimatförnekarna liksom. Men jag menar, det är väl ingen skillnad egentligen från andra frågor utan alltid utgå från någon slags etablerad sanning på något sätt, men när man skriver sen så kanske det kan uppfattas av de som då är klimatförnekare som att det inte uppfyller de här idealen.

En etablerad sanning kan i den här kontexten tolkas som att det råder en typ av konsensus i frågan om att mänsklig aktivitet leder till en ökad global uppvärmning, och att denna konsensus härstammar från utanför journalistiken, i detta fall från vetenskapen men också från samhället i stort. Att inte höra en viss sida, i detta fall så kallade klimatförnekare, beskriver K1 till viss del som ett ställningstagande som journalisten gör, men framför allt att det baseras på vad den samlade vetenskapen säger. En tolkning som kan göras är att om journalisten skulle gå emot vad vetenskapen kommer fram till, vore att gå emot ideal om sanningsenliga och korrekta fakta. K1:s resonemang kan tolkas som att det inte finns någon motsättning mellan objektivitetsideal och att inte föra fram olika åsikter i en fråga, men att vad som är objektivt beror på vad som anses vara en etablerad sanning som bevisas av vetenskapen. Här får K1 stöd av både PS1 och PS2 som båda menar att rapporteringen har kommit förbi debatten om människans påverkan på den globala uppvärmningen.

⁷⁸ Boykoff & Boykoff, 2004, s. 125-136.

⁷⁹ Olausson, s. 421-436.

⁸⁰ Lyytimäki, s. 222-231.

Journalisterna som grupp och samhället i stort kan här ses som två nivåer i HOI som påverkar nyheternas innehåll. Att klimatförändringarna drivs på av mänskliga aktiviteter anses vara en etablerad sanning i samhället, vilket i sin tur påverkar innehållet i medierna. Det kan beskrivas som att en nivå, det sociala systemet som medierna verkar i, sätter de yttersta ramarna för vad medierna kan innehålla. Att journalisterna inte upplever någon problematik med falsk balans i klimatdebatten kan bero på den här etablerade sanningen som har accepterats i samhället, en etablerad sanning som det inte längre finns anledning att ifrågasätta.

De intervjuade journalisterna tycker alltså att miljöjournalistik passar in i traditionella ideal om objektivitet, men vissa menar att den utmärker sig, eller borde utmärka sig, på annat sätt. K2 vill inte se på miljöproblem som något som enbart bör behandlas som en separat fråga, utan snarare att det bör vävas in i all annan journalistik. På frågan om vad som är mindre bra miljöjournalistik svarar hen att det är den journalistik som inte behandlar miljö och klimat trots att det finns viktiga aspekter att ta upp:

Det som är riktigt dålig miljö- och klimatjournalistik är allt det andra, allt det som låtsas att kriserna inte existerar. Det är knäcken om fotbolls-VM som inte över huvud taget tar hänsyn till att vi flyger 100 000-tals människor runt omkring i världen för att titta på fotboll. Jag säger inte att det är fel men vi måste berätta om det, vi måste påpeka vad som sker inom ramen för den här krisen vi befinner oss i, i allt vi gör.

K2 menar på att miljöfrågor, och särskilt klimatfrågan, är ett så pass allvarligt ämne, att det bör tas hänsyn till i all sorts rapportering. Det återkommande användandet av ordet kris betonar ytterligare allvaret hen ser i situationen. Hen framhäver en vilja att ämnet bör stiga på dagordningen och prioriteras högre. PS1 ser också ämnena hen rapporterar om som väldigt viktiga och att det ibland kan leda till svårigheter att förhålla sig neutral. Hen berättar att det på sin arbetsplats har funnits en önskan att “driva de här frågorna”, samtidigt som andra personer menar att det inte är journalisters uppgift att driva frågor, utan att “skildra samhället och rapportera och vara oberoende”. Det kan tolkas som att för mycket fokus på vissa frågor kan någonstans övergå till att lämna idealet om oberoende. PS1 för sitt resonemang ett steg vidare och liknar här klimatkrisen vid ett krig:

[O]m det är ett krig som pågår, då måste vi ju på något sätt försöka skildra det kriget och om det är ett stort krig som händer i ens eget land eller så, [...] det är ju jättekonstigt då om man säger så ‘nej, men nu har vi faktiskt rapporterat lite för mycket om det här kriget’.

Resonemanget ovan kan tolkas som ytterligare ett exempel på hur normer och så kallade etablerade sanningar styr vad som ryms inom mediernas rapportering, och hur nivån som utgör det sociala systemet i HOI i det här fallet är överordnad nivåerna som utgörs av både journalisten och medieorganisationerna.⁸¹ I det här sammanhanget innebär det att graden av hur allvarligt problemet med klimatförändringarna uppfattas motiverar hur mycket medier kan rapportera om frågan och fortfarande anses vara objektiva. Att likställa klimatkrisen vid ett krig skulle motivera en ökad bevakning av frågan. Men om nivån som utgör hela det sociala systemet, det vill säga alla institutioner, normer och värderingar tillsammans, inte anser att klimatförändringen är ett så pass stort problem är det också omotiverat för medier att rapportera lika intensivt. Om medierna trots ett litet intresse från allmänheten skulle bedriva en intensiv rapportering skulle de som PS1 uttryckte det kunna bli anklagade för att “driva frågor”, vilket kan förmodas leda till att medierna inte längre betraktas som objektiva. På detta sätt kan vad som kallas objektivt styras av vilka värderingar och normer som råder i samhället i stort, något som den enskilde journalisten och medieorganisationer hela tiden måste förhålla sig till.

5.1.2 I källornas händer

Flera av de intervjuade journalisterna pratade om vikten av att vara självständig och förhålla sig kritisk till olika källor, samtidigt menade vissa att man trots det kan ha ett personligt engagemang för frågan. PS3 beskriver det som ett “känsligt dilemma” och tror att de flesta som arbetar som miljöjournalister har något typ av personligt engagemang och intresse av miljöfrågor, men att det trots det går att bedriva neutral journalistik:

Det är klart att om man har ett personligt engagemang själv, ska man ju inte blanda ihop det med miljörelsernas engagemang, eller att man blir ett språkrör för, för den sidan på något sätt. Man måste ju ändå ha någon slags journalistisk självständighet, trots att man har ett engagemang, för ja, natur eller för klimat eller så [...] Om man använder liksom vanliga journalistiska principer, att vara balanserad, att låta folk komma till tals med sina bästa argument och så vidare, så tycker jag att då kan man ju hantera det. Även miljörelsen är ju en lobbyorganisation som vilken annan som helst. Då får man behandla dem som de också, att allt de säger inte är sanning och alla deras utspel är inte intressanta.

⁸¹ Shoemaker & Reese, 1996.

Genom att förhålla sig på ett kritiskt sätt mot sina källor strävar PS3 efter att hans rapportering ska vara neutral. Det kan tolkas som att makten över vilket material som ska rapporteras ska ligga hos journalisten, inte hos källan. PS3 lyfter vikten av att ta fram eget material och inte bara ta emot material från intresseorganisationer i form av till exempel pressmeddelanden. När hen får följdfrågan om vid vilka situationer strategisk kommunikation får stort utrymme svarar hen att det kan ske när det finns ett behov av att "fylla" sin publiceringskanal, ett problem hen inte tycker att de har på sin arbetsplats där det finns gott om resurser att ta fram eget material. En ytterligare orsak att rapporteringen kan bli ensidig till följd av att en källa inte ifrågasätts tror hen kan vara en kunskapsbrist hos journalisten, det vill säga att journalisten inte har tillräcklig kunskap om ämnet för att veta vad som ska ifrågasättas eller kritiseras. Flera av dessa faktorer kommer att analyseras djupare i del 5.3 som behandlar uppsatsens tredje frågeställning.

PS1 resonerar på ett liknande sätt och tror att "det är lätt att hamna där när man är stressad och man inte har mycket tid på sig och man hamnar i händerna på några som ger en någonting enkelt att rapportera om". Hen tar upp ett exempel med rapportering om en ökning av användandet av solceller:

[D]å letar man upp forskare och man letar upp företag eller, eller någonting sådant som gör något bra och så bara nöjer man sig med att liksom gå på deras agenda på något sätt, gå på det de säger i stället för att vara ifrågasättande. Utan det blir som ett solskensprogram liksom. Ja, solcellerna ökar, det är jättebra, wow alla är glada och hur gör ni det här? Alltså att det, att det varken är konstruktivt eller ifrågasättande.

PS1 beskriver det som ett misslyckande när journalistiken bara består av intervjuer med experter och beskrivningar av trender utan ett kritiskt förhållningssätt, "i stället för att ha något konkret innehåll, eller att ha på något sätt en egen ingång och en egen vinkel på det." Vad hen tror att det här i slutändan leder till är en brist på det ideal som de intervjuade miljöjournalisterna pratade om allra mest: den granskande journalistiken.

5.1.3 Det viktigaste av allt saknas mest

Under intervjuernas gång talade journalisterna om en mängd olika ideal. Uppsatsens omfång gör att varje ideal inte kommer att analyseras, eller ens nämnas. Istället behandlas de ideal som de flesta av journalisterna tog upp. Vi har hittills vidrört idealen objektivitet, opartiskhet och

självständighet. Nu går vi över till det ideal som journalisterna talade om allra mest: granskande journalistik.

Fem av de sex journalisterna lyfte att journalistiken bör vara granskande som ett av de viktigaste idealen, vilket stämmer överens med tidigare forskning som visar att det viktigaste idealet för den svenska journalistkåren är just att granska makthavare.⁸² Flera olika typer av granskningar gavs som exempel under intervjuerna: både PS2 och K3 nämnde granskning av klimatmål som eftersträvansvärt och PS2 uttryckte exempelvis behovet av att granska kommuners klimatmål. I samband med att vara granskande tyckte flera av journalisterna också att journalistiken måste vara ansvarsutkrävande, det vill säga att makthavare måste stå till svars för beslut och missförhållanden.

Men också när journalisterna fick frågan om vad de saknar och skulle vilja se mer av inom miljöjournalistiken var granskningar det vanligaste svaret. PS1 beskriver att miljöjournalistik ofta bedrivs av vetenskapsredaktioner och upplever att reporterna i vissa fall är "tjenis med forskarna" och rapporterar om nya forskningsmetoder och studier, en typ av rapportering som inte lever upp till hens ideal om att journalistiken bör vara granskande. PS1 tror att fler granskningar skulle möjliggöras genom att ha tillgång till fler reportrar på redaktionen, men hen tror också att det är en fråga om kunskap och färdighet. På frågan "Vad tror du skulle krävas för att uppnå mer granskande miljöjournalistik, förutom fler reportrar?" svarade hen:

Ja, och kanske också utbildning, alltså fortbildning för miljöjournalister kanske hade varit bra faktiskt, det kan vara ett svar på den frågan alltså. Det tror jag, för att det kan nog vara svårt för många, så här miljöjournalister idag att liksom att bara säga, "nu ska du granska någonting" utan då är det nog bra att såhär "Men vad är en granskning och hur ska man göra det?" [...] Det är ju en konst att vara en granskande reporter. Det är ju en specialitet i sig liksom.

För att uppnå sitt ideal om en granskande journalistik menar PS1 att det ibland saknas tid och arbetskraft, samt kunskap i form av utbildning och fortbildning, två saker som skulle behöva komma från medieorganisationen. Det kan tolkas som att nivån som utgör medieorganisationen i HOI i det här fallet är överordnad nivån som utgörs av den enskilda journalisten eftersom journalistens ideal är att göra mer granskande journalistik, men att förutsättningarna för det inte tillhandahålls av medieorganisationen. Hur mycket än journalisten skulle vilja att dess

⁸² Wiik, 2012, s. 34.

journalistik skulle vara granskande, finns inte möjligheten till det på grund av organisationens struktur, resurser och prioriteringar.

5.2 Förutsättningar att nå sina ideal

Som beskrivs i kapitel 2.1 har miljöjournalistiken utvecklats från en slentrianmässig rapportering om enskilda utsläpp, till att bli ett eget ämnesområde med specialiserade reportrar. Från att huvudsakligen ha handlat om vetenskap, till att spänna över såväl politik, ekonomi, livsstil och hälsa. Från att satsas på, till att bli offer vid ekonomiska utmaningar och nedskärningar. Rapporteringen om klimatfrågan har det senaste decenniet skjutit i höjden, men hur situationen ser ut idag för miljöjournalisterna som rapporterar om ämnet finns det mindre information om. De sju intervjuade miljöjournalisterna i denna studie anser sig ha relativt goda förutsättningar på sina arbetsplatser att bedriva den journalistik som de i kapitel 5.1 beskriver som god miljö-och klimatjournalistik. Samtidigt pekar journalisterna på flera faktorer som påverkar deras förutsättningar, ofta kopplad till miljöfrågans ställning på redaktionen. I detta avsnitt redogörs för hur mycket resurser som lagts på miljörapportering, en nyckelfråga för att förstå hur miljöjournalister upplever sina förutsättningar att producera journalistik enligt sina ideal, med målet att besvara uppsatsens andra frågeställning:

- *Hur upplever miljöjournalister deras förutsättningar att uppnå sina journalistiska ideal och hur förändras dessa förutsättningar i förhållande till deras resurstillgång?*

5.2.1 Mer resurser – ny era för miljöjournalistiken?

Som tidigare beskrivits har ett pressat medielandskap sedan millennieskiftet gjort att många journalisttjänster, där antalet miljöjournalister minskat på många redaktioner som varit under hård ekonomisk press.^{83och84} K3 vittnar om hur hans bevakningsområde av miljö-och klimatfrågor prioriterades bort i samband med besparingar på en redaktion hen arbetade på för drygt tio år sedan. Men bilden som flera av miljöjournalisterna i denna studie målar upp visar på en pågående förändring i miljö- och klimatbevakningens ställning på flera redaktioner. K2 anser sig exempelvis ha mycket bättre förutsättningar att bedriva miljöjournalistik än hans tidigare kollegor, eftersom det har utvecklats ett större intresse för att bevaka miljöfrågor, både på

⁸³ Truedson, s. 15.

⁸⁴ Lyytimäki, s. 221-233.

redaktionen och i samhället i stort. Hen ser även en stor utvecklingspotential av ämnesområdet framöver, eftersom det både är en av nutidens ödesfrågor, och eftersom området har många av de attribut som en journalist letar efter. Hen säger att “om man får vara lite krass journalist så har ju det här området allt. Det är liksom svek, korruption, människoliv, fattiga mot rika, vita mot svarta, det finns allt. Det är hela världen.”

Tre av journalisterna ansåg sig inte bara ha bättre förutsättningar nu än tidigare, utan även ha bättre förutsättningar än andra miljöjournalister. I linje med den ökade klimatrapporteringen, vittnar journalisterna som arbetar på tre av sex redaktioner, två inom kommersiell media, och en inom public service, om en ökad satsning på miljöjournalistik i allmänhet, och klimatjournalistik i synnerhet. Satsningen har framför allt skett i form av tillsatta tjänster av journalister som tillåts arbeta med miljöbevakning både på heltid och deltid, samt skapandet av nätverk för journalister som bevakar miljöfrågor. De journalister vars redaktion genomgått en satsning på området upplevde att det gett positiva effekter redan kort in på satsningen, både vad gäller kvaliteten och kvantiteten av materialet.

PS3 arbetar inom en organisation som under året har satsat på miljöbevakning på flera fronter. Att sprida ut satsningen av klimatbevakning på fler redaktioner, i stället för att enbart fokusera på de som huvudsakligen bevakar miljöfrågor, har enligt PS3 flera fördelar. Dels kan en bredare satsning öka kvantiteten av miljö- och klimatnyheter, något som hen menar att publiken i enkätundersökningar har efterfrågat. Men även kvaliteten blir bättre av att involvera fler reportrar i andra ämnesfält, eftersom fler på redaktionen blir insatta i miljöfrågor, och därmed mer självständigt kan hitta aktuella vinklar att rapportera om. På PS2:s redaktion har ett rikstäckande nätverk skapats med lokalreportrar som har intresse för miljöfrågor. PS2 menar att nätverket både fungerar som ett stöd för journalister på redaktioner där det inte finns resurser för att bevaka miljöfrågor på heltid, och kan dessutom ge hela organisationen mer muskler när det kommer till att bedriva granskande miljöjournalistik.

Även om resultatet i denna studie, på grund av ett begränsat urval, inte kan slå fast hur satsningarna på miljöjournalistik i Sverige ser ut i stort, indikerar det på att bevakningen av miljöfrågor får en allt starkare ställning hos många redaktioner i landet, något som kan ha bidragit till den över tiden ökade rapporteringen om klimatfrågan.⁸⁵ Resultat som antyder att

⁸⁵ Vi-skogen, s. 3.

antalet miljöjournalister ökar igen, kan därmed betraktas som ett penseldrag i hela den bild som beskriver miljöjournalistikens tillstånd i en historisk kontext.

5.2.2 Ökat intresse från redaktioner och samhället

Satsningarna som skett på de tre redaktionerna utgår alla från ett ökat intresse för miljöfrågor både bland journalisterna själva, i organisationsledningen och i samhället i stort. Redaktionerna där det satsats varierar i storlek och finansieringsmodeller, och drivkrafterna till satsningarna har därmed skiljt sig mellan redaktionerna. På PS3:s redaktion initierades satsningen på miljö - och framförallt klimat - av redaktionsledningen, som ett resultat av påtryckningar från såväl medarbetare som allmänheten. PS3 berättar om motiveringen till satsningen:

Dels så har ju vi inom redaktionen, som vill se mer och vill jobba mer med det, legat på och tjatat helt enkelt. Men sen så finns det ju ett tryck utifrån, och i många tittarundersökningar så säger ju folk att de gärna vill ha mer vetenskap och klimat. Så det gäller ju att tillfredsställa det.

Journalisternas engagemang för frågan, i kombination med allmänhetens och även politikens ökade intresse för klimatfrågan, är något PS3 anser har bidragit till att resurser har prioriterats för klimatbevakningen på hans redaktion. Kunskap om miljöfrågor prioriteras av publiken, sociala systemet, och andra institutioner inom HOI:s fjärde och femte nivå spelar därmed en viktig roll för att motivera satsningar inom medieorganisationen, vilket i sin tur påverkar miljöjournalisternas förutsättningar.

De andra två satsningarna representerade i denna studie gjordes inom två kommersiella medieorganisationerna, som har skett till följd av ett ökat intresse hos medarbetare såväl som allmänheten. Medan K2, som arbetar på en rikstäckande kommersiell redaktion, pekar ut ett ökat intresse i samhället som den största faktorn till satsningen på hans redaktion, så spelade den individuella journalisten den största rollen på K4:s redaktion som har ett lokalt bevakningsområde. K4 berättar att det framför allt var hans eget intresse som drev på att det skapades en miljöreportertjänst på redaktionen, tidigare skedde miljöbevakningen i kombination med annan bevakning. På egen förfrågan fick reportern i uppgift att bevaka miljö och klimat på redaktionen som innan dess inte varit ett eget bevakningsområde, utan endast en liten del av hans tidigare arbetsuppgifter. K4:s exempel visar tydligt på hur journalistens egna värderingar och intressen kan påverka nyhetsrapporteringen, men också dennes förutsättningar att rapportera om

miljöfrågor. Genom eget initiativ kunde journalisten få ökad tid att bevaka frågorna hen var intresserad av, och som hen ansåg att det behövdes mer av på lokal nivå. Exemplet visar att det även på en mindre redaktion med mer begränsade resurser kan satsas på specialiserad journalistik. Nivån som utgör den enskilda journalisten i HOI, den första nivån, har i detta fall stor påverkan på det slutliga innehållet i tidningen, samtidigt som det bygger på att det finns ett intresse hos allmänheten som gör att redaktionsledningen bedömer att satsningen är befogad.

Miljöjournalisternas beskrivningar av bakgrunden till satsningarna visar på att de individuella journalisternas intresse och driv, såväl som kunskapen om publikens intressen genom läsarundersökningar, har motiverat satsningarna på miljörapportering, och därmed journalisternas förutsättningar att bedriva journalistik. Drivkrafterna är såväl ekonomiska som publicistiska, både för att ge nyhetskonsumenten vad de vill ha, och vad de anses behöva för att ta ställning i en växande samhällsfråga som berör och engagerar flertalet sociala institutioner och samhällsaktörer. Såväl den lägsta nivån i HOI, som innefattar journalistens bakgrund och personlighetsdrag, som den fjärde och femte nivå, med hela samhällets normer, intressen och prioriteringar, påverkar således de resurser som fördelas inom en organisation. Även medieorganisationens kunskap om och intresse för bevakningsområdet inom den tredje nivå i HOI är central för att påverka förutsättningarna att bedriva god journalistik, då det ytterst är inom medieorganisationens ledning som beslut tas för vilka resurser som läggs på rapporteringen. Det innebär att de tre första nivåerna: de enskilda journalisterna, redaktionerna och medieorganisationen i stort, måste ha kunskap om intresset och kunskapsläget i de två översta nivåerna, institutioner och sociala system, för att motivera en satsning som möjliggör både mer miljöjournalistik, och av högre kvalitet.

5.2.3 Klimatet överskuggar övriga miljöfrågor

Trots att miljöjournalisterna ser satsningen på klimatrapportering som positiv, tog flera upp att andra miljöfrågor tenderar att överskuggas av klimatfrågan. K3 ser miljögifter och förlust av biologisk mångfald som två av många miljöfrågor som är underrapporterade i förhållande till klimatfrågan:

Jag kan tycka att det är jätte viktigt att rapportera om klimatet, men det finns väldigt mycket andra problem också, inte minst biologisk mångfald som ju har uppmärksamats väldigt lite.... Vår natur, jorden, påverkas på sikt av klimatförändringarna. Men biologiska mångfalden orsakar vi ju

själva kontinuerligt och i accelererande fart väldigt stora problem, och vi själva är helt beroende av en natur som fungerar [...] Så, det är bra att klimatet har stor uppmärksamhet, men man behöver tänka på andra miljöproblem också.

K3:s resonemang tyder på att olika miljöfrågor konkurrerar om utrymme i medierna och att klimatfrågan tar mycket uppmärksamhet från andra miljöproblem, som förlust av biologisk mångfald. Trots att K3 upplever att hens redaktion ger en stor frihet till journalisterna att välja vad de vill rapportera om, tycks inte journalisternas egen kunskap och intresse för ämnet vara tillräckligt för att öka rapporteringen av vissa miljöämnena, om det inte finns ett likvärdigt intresse inom medieorganisationen och samhället i stort.

Tidigare forskning pekar på att miljöproblem tenderar att få mycket medial uppmärksamhet i samband med stora politiska händelser.^{86och87} Rapporteringen för andra miljöproblem följer enligt K3 samma mönster, som lyfter exempel på att biologisk mångfald ökade på hens redaktion i samband med konventionen om biologisk mångfald, en internationell politisk överenskommelse. Journalistens eget intresse och kunskap för miljöfrågor påverkar därmed till viss del vad som uppmärksammas i nyheterna, men begränsas av samhällets intresse i samma fråga. Nivån i HOI som utgör den enskilde journalisten är i detta fall underordnad nivån som utgörs av de sociala institutionerna i samhället: trots att journalisten besitter både kunskap, intresse och vilja att uppmärksamma en viss fråga, krävs det händelser i samhället som utgör själva nyheten, i många fall en politisk överenskommelse, debatt eller utspel.

Men journalistik verkar i två riktningar: dels speglar den samhället i stort och dess innehåll baseras på händelser och diskussioner utanför mediehusen, dels har journalistik makten att sätta agendan och rikta samhällets uppmärksamhet mot olika frågor. Men för att producera journalistik som inte utgår från exempelvis en politisk händelse krävs just den journalistik som journalisterna vill se mer av och som behandlats mycket i den här uppsatsen: självständig och grävande journalistik. Vad som påverkar förutsättningarna för att skapa den här journalistiken kommer nästa kapitel handla om.

⁸⁶ Mike S. Schäfer, Ana Ivanova & Andreas Schmidt, "What drives media attention for climate change? Explaining issue attention in Australian, German and Indian print media from 1996 to 2010." *International Communication Gazette*, Vol: 76, nr: 2, 2014, s. 152-176.

⁸⁷ Monika Djerf-Pierre, "Green metacycles of attention: Reassessing the attention cycles of environmental news reporting 1961–2010." *Public Understanding of Science*, Vol: 22, nr: 4, 2012, s. 495–512.

5.3 Vad påverkar journalisternas förutsättningar?

Trots att journalisterna överlag var nöjda med förutsättningarna på sina arbetsplatser, pekade de ut faktorer som de anser påverkar möjligheten för dem själva, och deras medarbetare, att skapa god miljöjournalistik. Det gällde bland annat fördelningen av bevakningsområdet, samt arbetsrutiner och normer på redaktionen, såsom medarbetares inställning och kunskap om området. I denna del analyseras dessa faktorer i syfte att besvara studiens tredje frågeställning:

- *Vilka faktorer upplever miljöjournalister påverkar deras förutsättningar att uppnå sina journalistiska ideal?*

5.3.1 Organisationens ägarskap och struktur

Ägarskapet av medieorganisationer har i tidigare forskning lyfts fram som en faktor som har en stor påverkan på det nyhetsmaterial som skapas på en medieorganisation. Kommersiella organisationer är ofta mer beroende av att anpassa sitt material efter sin publik eftersom de är ekonomiskt beroende av dem, vilket kan leda till att journalistens publicistiska ideal får stå tillbaka. Publikens makt över innehållet i medierna, som utgör en del av den femte nivån i HOI, kan därför antas vara olika stor beroende på typen av medieorganisation. Men organisationens ekonomiska modell har *inte* pekats ut ha någon betydande påverkan på förutsättningar av journalisterna i denna studie.

Flera av journalisterna, både bland de som arbetade inom public service och kommersiella medier, upplevde sig ha bättre förutsättningar att producera material än sina kollegor som bevakar samma ämne. Att samma uppfattning finns på olika redaktioner kan bero på att många av de intervjuade journalisterna har lång erfarenhet i branschen, vilket kan ha gett dem en självständig ställning på sin redaktion i förhållande till många andra journalister. Som tidigare konstaterats är den professionella rollen som journalist stark i Sverige oavsett ägarform,⁸⁸ något som kan förklara att det i Sverige inte blir lika stora klyftor mellan ägandeformerna som den amerikanska forskningen visar på. Det som tycks spela störst roll för journalisternas upplevda förutsättningar kopplas i stället framförallt till storleken på redaktionen, och uppdelningen inom den.

⁸⁸ Håkansson, s. 351.

Public service-redaktionerna upplevdes av flera journalister, både inom public service och i kommersiell media, ha en fördel i att ha en stor organisation, och därmed mer resurser, ofta i form av personal. K3, som arbetar på en relativt liten vetenskapsredaktion i en kommersiell medieorganisation, tar upp klimatkonferensen COP26 under november 2021 som exempel på en bevakning som public service-organisationerna hade mer resurser att satsa på. Hen poängterar att kommersiella företag inte alltid har mycket pengar att lägga på denna typ av satsningar, men att detta inte nödvändigtvis gör journalistiken sämre.

Men det är inte bara antalet journalister som bevakar miljöområdet som påverkar möjligheten till rapportering, utan även hur bevakningen är uppdelad på redaktionen. K3 arbetar i en vetenskapsredaktion där hen huvudsakligen ansvarar för miljöfrågor. Trots att hen har ett eget bevakningsområde påverkas hens arbete vad som händer i andra vetenskapsområden. Under corona-pandemin har detta varit tydligt när medicinbevakningen tagit större utrymme och överskuggat rapporteringen om miljöfrågor. K3 anser att hens förutsättning att hitta egna miljönyheter skulle öka om medicinbevakningen inte var inkluderad i hens redaktion, då det skulle ge hen mer tid att ägna till sitt område. Samtidigt anser hen att miljöbevakningen borde integreras i flera andra bevakningsområden. Hen menar att “det är ju inte bara vetenskap kring klimat och miljö, det är ju politik, det är ekonomi också. Det spänner ju över alla samhällssektorer.” Genom att integrera miljöfrågor i flera bevakningsområden, och inte enbart inom vetenskapsjournalistik, skapas mer material inom området, med fler intressanta vinklar, samtidigt som kunskapen inom fältet ökar i flera delar av organisationen. K3 menar att det behövs personer som jobbar i olika tempon, både med de mer tidskrävande jobben som grävande arbeten, och de snabbare dagsjobben, för att kunna täcka in de många olika typerna av miljöfrågor som behöver rapporteras om.

PS3 håller med om att bevakningen gynnas av att ske på flera delar av redaktionen och i olika tempon, men även att det till rapporteringen krävs en mångfald av kompetenser, och ett stort internt samarbete. Dels menar hen att det krävs personer som har bevakat området över en längre tid och har specialistkompetenser inom miljöfrågor för att “sortera ut och göra bedömningar av vilka [som är] de bra ämnena”, och förstå vad som är nytt i en fråga. Men hen menar även att det behövs journalister med andra specialistkompetenser såsom researchers “som kan sammanställa mycket material och granskande material” för att möjliggöra en bra miljöbevakning. PS3 anser att man behöver “koppla ihop krafter” genom att man i bevakningen

“använder researchers, och man använder reportrar som är bra på fältet, och man använder en bra online-människa som gör bra texter och så där, så att man har interna samarbeten. En och en liksom blir det inte så mycket.”

Miljöjournalisternas förutsättningar att nå sina ideal beror även på redaktionens arbetsledning och planering, något som varierar mellan olika redaktioner av olika storlekar. K1, som arbetar som ensam miljöreporter på en relativt liten redaktion, efterlyser en arbetsledare att bolla frågor och resonera med. Även PS2 som arbetar på en betydligt större organisation pekade på redaktörers centrala roll för en planerad och strukturerad bevakning av miljöfrågor. Den nyliga satsningen på fler kollegor som bevakar fältet, och på en klimatredaktör, har enligt PS2 inte bara ökat omfattningen av bevakningen, men även bidragit till att bevakningen blir mindre slumpmässig.

Det man vinner när man har en klimatredaktör till exempel, det är ju att den personen har koll på att ja, men nästa vecka kommer Naturvårdsverkets siffror om Sveriges nya utsläppsstatistik. Då förbereder man det. Man kanske kan få ut rapporten i förväg, man kan hinna göra ett reportage någonstans ifrån, i stället för att liksom springa lite planlöst på bollar när det kommer pressmeddelanden, så att man blir mera proaktiv mer än reaktiv kan man säga.

Även PS3 pekar på arbetsledningens viktiga roll att planera inom den rikstäckande organisationen, för att få en överblick över och samordna vad den stora organisationen producerar, så att rapporteringen blir koordinerad och därmed även mer slagkraftig.

Arbetsrutiner och strukturer, på redaktioner och medieorganisationer, inom den andra och tredje nivån i HOI, påverkar därmed i hög grad journalisternas förutsättningar på deras arbetsplats, inte enbart genom att bistå med resurser, men även med att fördela dem på ett sätt som ger en synergieffekt, snarare än bromsar för andra fält.

5.3.2 Resurser och produktionskrav – räcker tiden till?

Tidigare forskning visar att många journalister upplever allt mer tidspress och högre produktionskrav i och med fler publiceringskanaler och minskade redaktioner.⁸⁹ Som journalist finns rutiner, med deadlines och krav på att producera material i en viss takt, som också påverkar kvalitén på materialet. Trots att flera av journalisterna upplevt ökad tidspress, varav en upplevde att hens arbetsbelastning tiodubblats sen hen började som journalist, menar de flesta att de har

⁸⁹ Örnebring, 2019, s. 448f.

den tid de rimligen kan efterfråga för sitt arbete. K4 ser dessutom en övervägande positiv utveckling inom yrket där tekniken besparat journalister mycket tid, trots att besparingar lett till nedskärningar och fler uppgifter för den enskilda journalisten: “Resurserna har minskat, ja. Vi är färre huvuden på redaktionen, ja. Men mycket, mycket av rapporteringen och redigeringen sker ju på ett snabbare vis med förbättrad digital teknik till exempel.”

Flera journalister pekade på att kontexten kring en nyhet blir lidande när det blir ont om tid och materialet inte hinner omarbetas för att passa formatet. Läsaren lämnas då själv till att sätta in nyheten i sitt sammanhang. K3 menar även att tidsbristen kan leda till att journalister tar ett mer standardiserat journalistiskt grepp, exempelvis där två sidor får stå emot varandra, istället för att journalisten själv utvecklar kontexten kring en händelse.

Med snabbhet som ett krav på många nyhetsredaktioner behöver prioriteringar göras, men vissa journalister menade att behovet av att ständigt uppdatera nyhetsflödet är en av anledningarna till att granskande miljöjournalistik inte hinns med, och till och med gör att kvaliteten minskar. Medan PS3:s rikstäckande organisation har flera lokala redaktioner att hämta material från, står många kommersiella redaktioner för att själva fylla allt utrymme. Behovet av att producera många dagsjobb med nyheter som ska ut samma dag, menar K2 lätt tar tid från att göra mer djupgående och granskande jobb där det krävs att journalisten är mer insatt.

Hen menar att grävande journalistik bortprioriteras eftersom mycket av arbetet går ut på att “släcka bränder hela dagarna och ta jättesnabba nyheter om saker som ändå kommer att vara över när de är ute, men de ska ändå pushas.” K2 upplever att det finns en barnslighet över kravet på snabbhet och “att det spelar så stor roll att vara först med saker som alla ändå har, när det handlar om sekunder eller ännu mindre ibland.” Tidspressen och kravet på att publicera en nyhet nära inpå händelsen tror K2 gör nyhetsredaktioner i allmänhet mer känsliga för att falla för andra intressenters strategiska kommunikation. Kravet på att producera material menar K2 leder till att det lätt görs flera “lobb-jobb” i stället för att göra en sak ordentligt, och ofta utan redaktionen själv är medvetna om det. Det kan vara att vända sig till färdiga pressmeddelanden och pressträffar med färdiga vinklar, i stället för att leta mer information själv och granska kritiskt. Såväl K2 som PS1 tar upp demonstrerande exempel om att rapportera om bolag som presenterar nya produkter, eller producerar en produkt på ett nytt sätt, kan leda till att man tar deras vinkel utan att ställa sig kritisk till sammanhanget.

Denna företeelse stämmer väl med tidigare forskning som visar att källornas makt ökar när det kommer till att skapa nyheter, trots att det anses underminera journalistikens demokratiska uppdrag att gå på källornas agenda, och inte stämmer överens med journalisternas uttryckta ideal. Med källor som kopplar till andra institutioner, kan denna förändring ses som en förändrad maktbalans mellan medieorganisationer i den tredje nivån i HOI, och källor på andra institutioner, i den fjärde nivån, där institutionerna kontinuerligt utvecklar sin kommunikation för att passa mediernas format, medan medieorganisationer har allt större behov att snabbt fånga upp nyheter som passar det befintliga formatet. På så sätt kan redaktioners arbetsrutiner, den andra nivån i HOI, med tidspressen som ligger i journalistikens natur i kombination med ökade publiceringskrav, leda till att journalistikens demokratiska roll försvagas och istället riskerar att föra vidare andra personers eller grupper budskap.

Med mer tid avsatt till granskande journalistik skulle journalisternas demokratiska roll som granskare förstärkas. Men tiden måste även disponeras på rätt sätt. När journalisterna i denna studie blev tillfrågade vad de skulle göra om de fick en extra arbetstimme om dagen, ville majoriteten lägga tiden på att fortbilda sig, följa upp idéer och hålla sig uppdaterade om vad andra medier rapporterade om. Fem av de sju journalisterna sa att de skulle använda tiden till att skapa sig en bättre uppfattning av vad som händer på miljöområdet både i omvärlden och i medierapporteringen, eller följa upp spår de inte hunnit gå vidare med. PS3 svarade exempelvis att hen skulle ta mer tid till att “följa nyhetsflödet i miljö och klimat och hinna läsa vad andra gör, [och] hålla sig ajour med vad som är gjort och vad som inte är gjort”. Hen menar att det kan vara en utmaning att hinna med idag, och att “om man är fullt upptagen med sin lilla grej för dagen, så hinner man inte lyfta blicken och se vad andra gör.”

Tre av journalisterna ville dessutom använda tiden för att bli inspirerade, hitta nya infallsvinklar, och följa upp spår som de tidigare inte hunnit kolla upp. Tiden att spåna idéer och planera menar PS3 är central för att producera självständig journalistik:

Ja, men ju mindre tid man har själv desto mindre självständig journalistik tror jag att det blir i slutändan. Man känner sig rätt improduktiv när man sitter framför sin dator och tänker. Där levereras det ju inte så mycket, men det är ändå där som idéerna genereras, som man kommer på vad jag ska göra nästa vecka. Om man inte har den tiden då kommer det heller inte några egna bra idéer, och man hinner heller inte planera in det. Man måste alltid ligga ett steg före [...] Har man för lite tid så hinner man inte med, då blir det väldigt knutet till dagen och man reagerar på det.

För att förbättra journalisternas förutsättningar för att skapa mer granskande och kvalitativ journalistik kan det därför behövas en struktur på redaktionen som tillåter journalisterna att fortbilda sig, och generera idéer, men även att arbeta i olika tempon som fångar upp både kortare och längre jobb.

För att klara av att växla tempo, och för att överhuvudtaget arbeta mer effektivt med att komma på nya relevanta vinklar och få tag på rätt källor, var en sak avgörande för majoriteten av de intervjuade journalisterna: kunskap.

5.3.3 Kunskap och fortbildning

En av de faktorer som de intervjuade journalisterna ansåg mest kunde påverka deras egna, och hela redaktionens, förutsättningar att skapa bra miljöjournalistik var att höja kunskapsnivån om miljöfrågor. K2 uttrycker att en sak som definierar bra miljöjournalistik är när man börjar “beta av läxan” på all rapportering, och att en förhöjd kunskap på hela redaktionen är en förutsättning för att nå dit:

Journalistiken har ju brustit när det gäller miljö- och klimatjournalistik, men vi börjar sakta, sakta börja komma i kapp. Men vi har ju en enorm lista på saker som inte har blivit berättade som är massiva avslöjanden egentligen, men fortfarande inte tas emot som sådana för att helt enkelt att kunskapsnivån fortfarande är så låg [...] Om man lär sina duktiga medarbetare det här på riktigt så kommer de att hitta pangjobb direkt. Det är bara börja skrapa lite så väller det ut. Tyvärr är det ju så eftersom vi har ju trettio års pangavslöjanden att göra eftersom ingen har gjort dem, med några undantag förstås.

Även PS1 menar att det inte räcker med att ge personer mer tid till granskningar, utan att tiden måste kompletteras med fortbildning både i ämnesfrågor och i hur man arbetar med granskande journalistik, för att tiden ska kunna nyttjas effektivt. En kunnig reporter har även större möjlighet att göra lättillgängligt material enligt PS1, eftersom det krävs stor kunskap för att kunna förklara något på ett enkelt sätt. Hen poängterar även att allmänbildning i miljöfrågor inte bara är nödvändigt för att hitta relevanta idéer att skriva om, men också för att validera fakta och presentera det på ett korrekt sätt.

PS3 ser att dålig miljöjournalistik är när hela bilden inte återges eller när journalister “springer på andras bollar”. Hen menar att en förhöjd kunskapsnivå bland reportrar är bland de viktigaste faktorerna för att kunna bedriva mer självständig och granskande miljöjournalistik:

Det blir ibland så att man börjar från noll liksom, då blir det sällan vassa granskningar, dom blir väldigt allmänna och generella liksom. Man måste ha ganska stor förkunskap om: vad betyder det här med äganderätt till skogen liksom? Och vad är det med FSC-märkningen som gör att de tycker att de inte får bruka sin skog?

K2 anser att bevakningen av klimatfrågan överlag håller en låg kvalitet med budskap som förvirrar nyhetskonsumentent, och att det kompromissat journalisters demokratiska roll. Trots att det skett satsningar på miljöjournalistik på K2:s redaktion så menar hen att det krävs mer utbildning för miljöjournalister, och framför allt journalister som bevakar andra fält, så väl på redaktioner som på journalistutbildningarna. Men det är inte bara journalisterna som behöver utbildas enligt K2. En stor del av begränsningarna att kunna producera god miljöjournalistik faller i redaktörernas händer. K2 upplever att det är ett stort problem att redaktörer, inte bara på hans egen redaktion, men i hela Sverige, gör det svårt att sälja in jobb som behövs för att utbilda publiken, något som leder till en ond cirkel:

Det kan vara väldigt svårt att lämna ifrån sig jobb. Det finns ingen förståelse för nyhetsvärderingen, saker som är jättestora när man kan frågan blir bara axelryckningar för att redaktörerna inte kan något. Och det är förstås en ond cirkel i det där: att det nyhetsvärderas inte högt och då lär sig ingen frågan och då kommer de fortsätta att inte nyhetsvärdera det högt. Det krävs att det tas på allvar och att man satsar pengar och utbildar sin personal.

Kunskap är således en faktor som kopplar till flera av HOI-modellens nivåer. Den individuella journalisten, i HOI:s första nivå, behöver dels kunskap om miljöområdet, inte bara för att återge fakta korrekt, dels för att hitta och kunna sälja in relevanta idéer på redaktionen. För att möjliggöra miljöbevakning inom olika ämnesområden och i olika temon, krävs det därför en kunskapshöjning för journalister inom olika fält, och inte enbart för miljöjournalister. Likväl behöver redaktörer kunskap om frågan för att kunna värdera idéer om miljöbevakning, i förhållande till annan bevakning som konkurrerar om tid och resurser som påverkar rutiner och strukturer på redaktionen, HOI:s andra nivå. Även kunskapsnivån hos organisationens ledning, inom HOI:s tredje nivå, påverkar förutsättningarna för journalisterna, eftersom intresset att satsa på fortbildning på redaktionerna till viss grad styrs av huruvida organisationsledningen anser att det är förmånligt att satsa på ämnet, både ur publicistiska och ekonomiska aspekter. Oavsett om organisationen finansieras av nyhetskonsumenter eller av statliga medel, tycks intresset från publiken spela en stor roll i ledningens intresse att göra satsningar. Därmed har

även HOI:s fjärde och femte nivå, som inkluderar aktörer utanför medieorganisationen, som den politiska opinionen och publiken i allmänhet, makt över förutsättningar som skapas för journalisterna. Med ett ökat intresse i samhället kan satsningar ske på redaktionerna som tillåter bättre förutsättningar för journalister att producera mer och bättre miljöjournalistik.

5.3.4 Intresse och engagemang

Kunskap bygger ofta engagemang i en fråga, något som flera journalister pekade ut i hög grad påverkar förutsättningarna att göra sitt arbete, eftersom det präglar både normer och fördelning av resurser på arbetsplatsen. Ett vanligt drag hos miljöjournalister tycks vara ett starkt engagemang för miljöfrågor, där journalisterna anser att det är en av de viktigaste frågorna som finns att rapportera om. Ett starkt engagemang hos individen ansåg många journalister vara en fördel för att kunna hålla sig insatta i ämnet och prioritera det högt, så länge engagemanget och journalistens personliga åsikter inte influerar rapporteringen, som nämnt i kapitel 5.1.2. På K4:s redaktion var exempelvis det personliga engagemanget till och med avgörande för att det skapades en tjänst som miljöreporter, som beskrevs i kapitel 5.2.2.

Men det är inte bara journalistens egna engagemang som påverkar förutsättningarna för sitt arbete. Medan en engagerad redaktionsledning pekades ut av flera journalister som en förutsättning att skapa ett bra och självständigt innehåll, kan bristen på engagemang från redaktionsledningen ge motsatt effekt. PS3 ser att redaktionsledningens inställning till ämnet är avgörande, framför allt när det kommer till att bedriva granskande journalistik.

Jag tror att om redaktionen och ledningen prioriterar upp frågan [...] ges man möjlighet och tid. Man behöver inte motivera varför man håller på med vissa saker utan tvärtom, det uppskattas att man gör det. Så att det finns ett driv uppifrån för de här frågorna är helt avgörande, annars jobbar man liksom i motvind.

PS2 berättade att hen länge har fått kämpa med att skapa intresse för miljö-och klimatfrågan som ämnesområde på redaktionen, och att det varit en utmaning att sälja in idéer om miljö och klimat. Journalisten jämför att sälja in sina idéer inom miljöbevakning, med att sälja in idéer inom kriminaljournalistik som hen upplevt är lättare eftersom redaktörerna har bättre koll på ämnet.

Men redaktörens engagemang och kunskap påverkar inte bara arbetet för att sälja in idéer, utan även publiceringars genomslagskraft. Hur väl materialet når ut och debatten efteråt beror enligt K2 i hög grad på om redaktören ser det som ett "stort avslöjande, eller en vanlig

nyhet som inte får några uppföljningar, [och] inte får några pushar.” Trots att det finns övergripande målbilder på redaktionen om vad som ska rapporteras, menar K2 att såväl reportrar som redaktörernas inställning, kunskap och intressen i hög grad avgör vad som blir nyheter:

Finns det ett intresse och en förståelse för att det här är stora grejer, det här är verkligen ett avslöjande, då kan det ta hus i helvete om redaktören trycker på. Men om redaktören inte förstår en eller inte bryr sig, då kan något som man jobbat väldigt hårt med falla ganska platt.

Precis som kunskapsnivån av miljöfrågor påverkar alla nivåer av HOI har engagemanget en likväl viktig roll för miljöjournalisters förutsättningar att skapa material som når upp till deras ideal. Journalistens engagemang kan påverka omfattningen och innehållet i nyhetsrapporteringen samt vilka resurser som läggs på bevakningen, om än till viss del begränsad av andra nivåer. På redaktionell nivå har redaktörer ett särskilt stort inflytande över enskilda journalisters förutsättningar att nå sina journalistiska ideal, genom att styra över vilka jobb som ska satsas på, i vilken omfattning och vilket genomslag de får. Ett ökat engagemang inom medieorganisationen kan influera såväl arbetsrutiner som normer inom redaktionen, som i förlängningen påverkar journalisternas förutsättningar att bedriva journalistik enligt sina egna ideal.

6. Avslutande diskussion och slutsats

Syftet med studien har varit att få ökad förståelse för hur miljöjournalister upplever deras förutsättningar att producera journalistik som når upp till deras egna journalistiska ideal, samt hur dessa förutsättningar påverkas av resurserna de har till sitt förfogande. Vad kan det här ha för betydelse för miljöjournalistikens utveckling och vad kan göras för att driva utvecklingen i en önskvärd riktning?

I stort stämmer miljöjournalisternas publicistiska ideal överens med tidigare undersökningar av den svenska journalistkårens ideal, där journalisterna anser sig ha en stark roll att granska, vara objektiva och självständiga i sin rapportering. Till skillnad från amerikanska kritiker till objektivitetsidealet inom miljöjournalistik,^{90och91} menade de flesta journalister att miljöjournalistiken inte särskiljer sig från annan journalistik när det kommer till att följa

⁹⁰ Gunster, s. 49-76.

⁹¹ Boykoff & Boykoff, 2007, s. 1190–1204.

objektivitetsideal. Att uppfattningen var liknande bland journalister som arbetar på såväl public service som på kommersiella redaktioner, tyder på hur objektivitetsidealet är djupt rotat i svenska journalisters yrkesidentitet.

De intervjuade journalisterna är överlag nöjda med förutsättningarna att skapa miljöjournalistik på deras arbetsplatser, där produktionskraven anses ligga på en rimlig nivå och resurserna som deras arbetsgivare förser dem med är oftast tillräckliga. Många av de intervjuade miljöjournalisterna ansåg sig till och med ha bättre förutsättningar än kollegor i branschen. Att det under senare år har skett satsningar på miljöjournalistik visar på ett ökat engagemang för miljöfrågor på redaktionerna såväl som i samhället i stort, vilket med ökade resurser möjliggör ännu bättre förutsättningar för miljöjournalister att bevaka miljöfrågor. Men trots satsningar på flera redaktioner under de senaste åren, verkar journalisterna inom en rad olika ramar och begränsningar inom HOI:s alla fem nivåer som begränsar deras möjligheter att nå sina ideal.

Eftersom journalisterna i den här studien generellt tycks ha relativt självständiga ställningar på deras redaktioner, påverkar individens egna engagemang för frågan, innefattat i HOI:s första nivå, i hög grad vad som blir en nyhet, men även vilka resurser journalisten anser sig behöva för att göra ett bra jobb som når upp till de ställda idealen. Men det är inte enbart journalistens egna engagemang och intresse som skapar dess förutsättningar. En av de mest centrala förutsättningarna som journalisterna pekade ut för att bedriva god miljöjournalistik är kunskap hos medarbetare på arbetsplatsen. Kunskap i ämnet anses vara avgörande för att förbättra miljöjournalistiken och kunna rapportera mer heltäckande och effektivt. Medan miljöjournalisterna själva skulle använda mer tid i sitt arbete till att läsa på mer om sitt fält, ansåg många att det var än viktigare att skapa ett större engagemang och kunskap hos andra på redaktionen, såväl reportrar som redaktörer. En kunskapshöjning i hela organisationen skulle kunna bidra med att frågorna prioriteras högre vid resursfördelning, men även att bevakning kan öka både kvantitet och kvalitet, när fler journalister självständigt kan hitta vinklar på miljöfrågor som spänner över många fält. Kunskap i medieorganisationen och redaktionsledningen är därmed tillsammans med intresset för frågan i samhället, avgörande för hur bevakningsområdet prioriteras på journalistens arbetsplats.

Även rutiner och strukturer på redaktioner och medieorganisationer, innefattat i HOI:s andra och tredje nivå, spelar en avgörande roll när det kommer till förutsättningarna att producera miljöjournalistik. Digitaliseringen har möjliggjort fler verktyg för journalister att

arbeta med, men samtidigt bidragit till högre produktionskrav och ökad tidspress, något som även de intervjuade journalisterna vittnar om. De ekonomiska och organisatoriska förutsättningarna tror flera av journalisterna leder till att det som anses vara journalistikens viktigaste uppgift, att granska samhället och makthavare, får stå tillbaka för att hinna med snabbare jobb på flertalet plattformar. Flera journalister ser en utveckling där det behövs samlas mer material på kortare tid, samtidigt som aktörer med intresse i miljöfrågor ständigt utvecklar sin strategiska kommunikation, vilket kan riskera att maktbalansen förskjuts till källornas fördel. Med mer tid till sitt arbete anser reportrarna ha större möjlighet att skapa bättre material genom att hålla sig uppdaterade kunskapsmässigt och nyhetsmässigt, något som tillåter dem att hitta nya relevanta vinklar och göra ett självständigt arbete, i stället för att falla i händerna på det pressmaterial som genereras till dem. Men hur goda förutsättningar som än finns kan diskuteras om journalisterna någonsin fullt ut kan uppnå sina ideal även om de lägger ned sin själ i rapporteringen, eftersom dygnets timmar, journalistikens ramar och människans förmågor har begränsningar. Därför bör dessa resultat inte enbart tolkas som hur väl journalisterna når sina ideal, men var och hur de begränsade resurserna som medieorganisationerna har att tillgå bör satsas för att få ut bästa möjliga miljöjournalistik, oavsett vems om producerar den.

Var resurser på miljöjournalistik ska satsas skiljer sig beroende på om syftet är att göra den "bra" miljöjournalistiken ännu bättre, genom att exempelvis satsa på mer granskande miljöjournalistik, eller höja den lägsta nivån på miljöjournalistiken. Medan journalisterna såg att mer resurser till viss del kan förbättra deras egna förutsättningar att göra deras journalistik ännu bättre, menade flera att de största bristerna i miljöjournalistiken, den som är okritisk, kontextlös, eller helt saknar miljöaspekter, oftast inte ligger i journalistik producerad av specialiserade miljöjournalister, utan hos journalister som inte är insatta i ämnet. I takt med att miljöfrågor uppmärksammas alltmer i medier och samhället i stort, blir utbudet allt bredare, och kan därför även framöver antas utföras till stor del av journalister som inte är specialiserade i miljöfrågor. I en tid där det tycks satsa mycket på miljöjournalistiken är därför en relevant fråga om det är mer effektivt att satsa smalt på befintliga miljöjournalister, för att ge deras redan relativt goda förutsättningar ännu bättre, eller att fokusera bredare, genom att öka kompetensen om miljöfrågor hos journalister i allmänhet, som kan höja den lägsta ribban för miljöbevakningen.

Att journalisterna i denna studie anser sig ha goda förutsättningar kan bero på att redaktioner som har möjlighet att tillsätta specialiserade miljöjournalister ofta är rikstäckande

redaktioner som har resurser och intresse för att bevaka området. Men hur ser egentligen förutsättningarna ut för de journalister som i många fall saknar den kunskap och resurstillgång som miljöjournalisterna i denna studie vittnat om? Hur stor del av den ökande mängden miljöjournalistik produceras av dessa journalister? Och hur påverkas kvaliteten av rapporteringen när redaktioner utökar miljöbevakningen utan att sätta till extra resurser, såsom möjligheten att läsa på om ämnet? Vid satsning att öka kvaliteten på miljöjournalistik är det relevant att inte bara undersöka specialiserade miljöjournalisters förutsättningar, utan även vad andra journalister som rapporterar om frågan har för ideal och hur deras förutsättningar ser ut. Miljöjournalistiken som bedrivs av journalister som inte huvudsakligen bevakar om miljöfrågor är en grupp som vi i denna studie har avgränsat oss från. Under studiens gång har denna grupp visat sig ha en stor betydelse för miljöjournalistikens utveckling, och inte minst för avsaknaden miljöjournalistik där den kanske borde finnas.

För vidare studier vore det därför intressant att undersöka hur förutsättningarna att producera god miljöjournalistik ser ut för journalister som inte är specialiserade på miljöfrågor men som ändå rapporterar om ämnet. Eftersom denna grupp, enligt de intervjuade journalisterna, står för en stor del av den miljöjournalistik som behöver utvecklas, kan kunskapen om denna grupp journalister bidra med mycket för förståelsen om miljöjournalistikens utmaningar och utvecklingspotential.

7. Käll- och litteraturförteckning

Antilla, Lisa, "Climate of scepticism: US newspaper coverage of the science of climate change." *Global Environmental Change*, Vol. 15, nr 4, 2005, s. 338–352.

Boykoff, Maxwell T. & Boykoff, Jules M., "Balance as Bias: Global Warming and the US Prestige Press", *Global Environmental Change*, Vol. 14, nr. 2, (Elsevier Ltd, 2004), s. 125-136.

Boykoff, Maxwell T. & Boykoff, Jules M., "Climate change and journalistic norms: A case-study of US mass-media coverage." *Geoforum*, Vol. 38, nr. 6, 2007, s. 1190–1204.

Brunnberg, Kerstin, Pollack, Ester, Widholm, Andreas, Palm, Erik & Ellung, Göran. *Allt mindre tid för grävande journalistik*, (Grävfonden, Stockholms universitet, Journalistförbundet: 2021).

Donsbach, Wolfgang, "Journalists and their professional identities", *The Routledge companion to news and journalism*, red. Stuart Allan, (London: Routledge, 2010), s. 38-48.

Djerf-Pierre, Monika, "Green metacycles of attention: Reassessing the attention cycles of environmental news reporting 1961–2010." *Public Understanding of Science*, Vol. 22, nr. 4, 2012, s. 495–512.

Djerf-Pierre, Monika, "The greening of the news: The institutionalization of 'the environment' in television news reporting 1961-1973.", *A history of Swedish broadcasting: Communicative ethos, genres and institutional change*, red. Monika Djerf Pierre och Mats Ekström (Göteborg: Nordicom, 2013), s. 283–304.

Djerf-Pierre, Monika & Olausson, Ulrika, "Miljöjournalistik" *Handbok i journalistikforskning*, Andra upplagan, red. Strömbäck, Jesper, (Lund: Studentlitteratur, 2019), s. 227-240.

Dunaway, Johanna & Lawrence, Regina G., "What Predicts the Game Frame? Media Ownership, Electoral Context, and Campaign", *News Political Communication*, Vol. 32, nr. 1, 2015 s. 43-60.

Ekdahl, Marcus, "Därför satsar HD och Sydsvenskan extra på klimat- och miljöfrågor", *Sydsvenskan* 2018-08-16.

Ekström, Mats och Larsson, Larsåke, "Kvalitativa intervjuer", *Metoder i medie- och kommunikationsvetenskap*, tredje upplagan, red. Mats Ekström och Bengt Johansson (Studentlitteratur AB, 2019), s. 101-130.

E-mejl från Journalistförbundet till författaren, daterat 2021-11-05, i författarens ägo.

Figueroa, Ever Josue "News organizations, ideology, and work routines: A multi-level analysis of environmental journalists", *Journalism*. Vol. 21, nr. 10, 2020, s.1486-1501.

Grundmann, Reiner & Scott, Mike, “Disputed climate science in the media: Do countries matter?”, *Public Understanding of Science*, Vol. 23, nr. 2, 2014, s. 220–235.

Gunster, Shane, “Engaging climate communication: audiences, frames, values and norms”, *Journalism and climate crisis: public engagement, media alternatives* (Abingdon, Oxon: Routledge, 2017), s. 49-76.

Hansen, Anders “Sources, strategic communication, and environmental journalism”, *Routledge Handbook of Environmental Journalism*, red. David B. Sachsman och JoAnn Myer Valenti (London: Routledge, 2020), s 38-51.

Howarth, Anita, “Participatory politics, environmental journalism and newspaper campaigns”, *Journalism Studies*, Vol.13, nr. 2, 2012, s. 210-225.

Håkansson, Nicklas, “Nyheter i public service och kommersiella etermedier: en jämförelse” *Handbok för journalistikforskning*, Andra upplagan red. Strömbäck, Jesper, (Lund: Studentlitteratur, 2019), s 351-360.

Johansson, Bengt, “Journalistiken, objektiviteten och partiskheten”, *Handbok i journalistikforskning*, Andra upplagan, red. Jesper Strömbäck, (Lund: Studentlitteratur, 2019), s. 187-200.

Kvale, Steinar, Brinkmann, Svend & Torhell, Sven-Erik, *Den kvalitativa forskningsintervjun*. (Lund: Studentlitteratur, 2014).

Larsson, Petter J. “Aftonbladets nya klimatsatsning: Liverapport varje dag”, *Aftonbladet* 2021-02-16.

Lester, Libby “Sources and voices”, *Media & environment*. (Cambridge: Polity Press, 2010) s.87-102.

Lyytimäki, Jari, “Environmental journalism in the Nordic countries”, *Routledge Handbook of Environmental Journalism*, red. David B. Sachsman och JoAnn Myer, (London: Routledge, 2020).

Nygren, Gunnar, “Journalistik som profession”, *Handbok i journalistikforskning*, Andra upplagan, red. Jesper Strömbäck, (Lund: Studentlitteratur, 2019), s. 59-72.

Nygren, Gunnar, “Bättre för det lokala - men ökad osäkerhet på sikt”, *Mediestudiers årsbok: Tillståndet för journalistiken 2020*, 2020.

Olausson, Ulrica, “Global warming – global responsibility? Media frames of collective action and scientific certainty.”, *Public Understanding of Science*, Vol. 18, nr. 4, s. 421–436.

Sachsman, David B., Simon, James & Valenti, Joann M. "Regional issues, national norms: A four-region analysis of U.S. environment reporters." *Science Communication*, Vol. 28, nr. 1, 2006, s. 93–121.

Schäfer, Mike S., Ivanova, Ana & Schmidt, Andreas "What drives media attention for climate change? Explaining issue attention in Australian, German and Indian print media from 1996 to 2010." *International Communication Gazette*, Vol. 76, nr. 2, 2014, s. 152-176.

Shehata, Adam, & Hopmann, David Nicolas, "Framing climate change", *Journalism Studies*, Vol. 13, nr. 2, 2012, s. 175–192.

Shoemaker, Pamela J. och Reese, Stephen D., *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content*, (New York: Longman, 1996).

Shoemaker, Pamela J. & Cohen, Akiba A., *News around the world. Content, practitioners, and the public*. (New York: Routledge, 2006).

Shoemaker, Pamela J. & Reese, Stephen D., *Mediating the Message in the 21st Century: A Media Sociology Perspective*, (New York: Routledge, 2013).

Shoemaker, Pamela J. & Reese, Stephen D., "A media sociology for the networked public sphere: The hierarchy of influences model." *Mass Communication and Society*, Vol. 19, nr. 4, 2016. s. 389–410.

Somnell, Mikaela, "Expressen storsatsar på klimat – startar ny redaktion", *Expressen* 2019-05-30.

Strömbäck, Jesper, Nord, Lars & Shehata, Adam, "Swedish Journalists: Between Professionalization and Commercialization", *The Global Journalist in the 21st Century*, red. David H. Weaver & Lars Willnat (New York: Routledge, 2012) s. 306–319.

Thor, Madeleine & Henckel, Per, "Fortsatt tapp för reklamintäkter till journalistik i spåren av Corona-krisen" *Mediestudiers årsbok: Tillståndet för journalistiken 2019/2020*. 2020, s. 85-104.

Truedson, Lars, "Tillståndet för nyhetsjournalistiken 2019 – en översikt" *Mediestudiers årsbok: Tillståndet för journalistiken 2018/2019*, 2019, s. 9-21.

Vi-skogen, *Varmare klimat - iskall nyhet? En rapport om klimatet i svensk media*, 2021.

Wallentin, Leonard, "Paus i redaktionsslakten" *Mediestudiers årsbok: Tillståndet för journalistiken 2019/2020*. 2020, s. 39-49.

Wiik, Jenny, "Yrkesideal", *Svenska journalister: 1989-2011*, red. Kent Asp, (Göteborg: Göteborgs universitet, 2012).

Wiik, Jenny, "Den svenska journalistkåren", *Handbok i journalistikforskning*, Andra upplagan, red. Jesper Strömbäck, (Lund: Studentlitteratur, 2019), s. 131-144.

Örnebring, Henrik, "Det journalistiska arbetets förändring", *Handbok för journalistikforskning*, Andra upplagan red. Strömbäck, Jesper, (Lund: Studentlitteratur, 2019), s. 448-460.

Örnebring, Henrik, "Technology and journalism-as-labour: Historical perspectives", *Journalism*, Vol. 11, nr.1, 2010, s.57-74.

Bilaga 1. Intervjumall

Del 1: Miljöjournalisters ideal

Syfte: Syftet med frågorna är att låta intervjupersoner formulera vilka ideal denne har med sin rapportering och vad hen tycker är bra respektive dålig miljöjournalistik.

Forskningsfrågor	Intervjufrågor
Få veta mer om journalisten för att förstå dennes utgångspunkt och kunna ställa relevanta följdfrågor om arbetsplatsen.	<ul style="list-style-type: none">● Hur länge har du arbetat med journalistik? Hur länge har du arbetat med miljöjournalistik?● Vad har du för position idag?● Har du arbetat med miljöjournalistik på någon ytterligare arbetsplats?
Vad anser journalisten vara god miljöjournalistik? Vilka ideal har journalisten? Vad anser journalisten vara dålig miljöjournalistik?	<ul style="list-style-type: none">● Kan du ge exempel på miljöjournalistik som du nyligen har tagit del av som du tycker var särskilt bra.<ul style="list-style-type: none">- Varför tyckte du den var bra?- Du har nu nämnt idealet X, vad mer utmärker bra miljöjournalistik?● Finns det någon miljöjournalistik du tagit del av som inte levt upp till dina ideal eller varit mindre bra?<ul style="list-style-type: none">- Varför var den inte bra?

	<ul style="list-style-type: none"> - Vad hade kunnat göra den bättre? ● Finns det något som du tycker saknas i dagens bevakning av miljö- och klimatfrågor?
<p>Vad, om något, tycker journalisten utmärker just miljöjournalistik från annan journalistik?</p> <p>Hur tycker journalisten att klassiska journalistiska normer passar in i miljörapportering?</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Upplever du att arbetet/utmaningarna med miljöjournalistik skiljer sig från annan rapportering du har arbetat med? ● Det finns traditionella normer inom journalistiken att vara exempelvis objektiv, balanserad, opartisk och konsekvensneutral. Hur väl passar miljörapportering in i dessa normer? <ul style="list-style-type: none"> - Finns det problem med dessa normer?
<p>Vad utmärker bra journalistik?</p> <p>Vad har journalisten för förutsättningar att bedriva den journalistiken?</p> <p>Vad utmärker mindre bra journalistik?</p> <p>Vad för faktorer påverkar att journalistiken inte uppnår journalistens ideal?</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Om du tänker på en publicering från det senaste året som du var särskilt nöjd med. <ul style="list-style-type: none"> - Varför är du nöjd med den? - Var det något mer i den publiceringen som du var nöjd med? - Fanns det några särskilda förutsättningar som gjorde

	<p>att du lyckades bra med just det här arbetet?</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Om du tänker på en publicering som du varit mindre nöjd med det senaste året. <ul style="list-style-type: none"> - Varför var du mindre nöjd? - Kan du se några faktorer som hindrade dig från att göra ett jobb du var nöjd med? - Vart i processen fanns de största utmaningarna?
--	--

Del 2: Organisation

Syfte: I den här delen av intervjun är syftet att undersöka vilka förutsättningar som påverkar journalistens möjlighet att nå upp till sina ideal som formulerades i del 1. De olika organisatoriska faktorer som påverkar journalistiken är i fokus och även en konstruktivitet för att undersöka hur journalistens förutsättningar hade kunnat förbättras.

Forskningsfrågor	Intervjufrågor
<p>Hur ser organisationen/arbetsplatsen ut när det gäller miljöjournalistik?</p> <p>Hur har resurserna för miljöjournalistik förändrats?</p> <p>Hur resonerar journalisten kring kopplingen</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Hur många personer på din redaktion arbetar med miljöjournalistik? <ul style="list-style-type: none"> - Har det förändrats under de senaste åren? ● Har förutsättningarna att bedriva bra miljöjournalistik förändrats över åren?

<p>mellan produktionskrav/tidspress och kvaliteten på journalistiken?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Hur har produktionskrav och tidspress förändrats för dig de senaste åren? - Hur upplever du att förändringen i tidspress påverkar kvaliteten på din journalistik?
<p>Vilka organisatoriska hinder gör att journalisten har svårt att uppnå sina ideal?</p> <p>Vilka förutsättningar på arbetsplatsen hade förbättrat journalistens förutsättningar att nå sitt ideal?</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Finns det några andra resurser, förutom tid, som du saknar för att göra journalistik som uppnår idealen vi pratade om tidigare? <ul style="list-style-type: none"> - Vad beror det på? - Hade något kunnat göras för att ge dig bättre förutsättningar? ● Om du hade fått mer tid och resurser i ditt arbete, vad hade du gjort annorlunda? <ul style="list-style-type: none"> - Om du hade haft en timme till varje dag, vilken del av arbetsprocessen hade du investerat tiden? - Hur hade det påverkat kvaliteten på journalistiken? ● Vilken del av arbetsprocessen blir lidande när du har ont om tid? <ul style="list-style-type: none"> - Hur påverkas då dina möjligheter att uppnå idealen du nämnde tidigare?

	<ul style="list-style-type: none"> - Vilken del av arbetet får stå tillbaka? • Vilken möjlighet har du att sälja in idéer till redaktören? • I hur stor utsträckning påverkar du själv vad som ska rapporteras om?
<p>Kan intervjupersonen komma på ytterligare saker kopplat till ämnet?</p> <p>Finns det aspekter som inte har berörts under intervjun?</p> <p>Har intervjupersonen några fler reflektioner?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sammanfattningsvis: Vad på din arbetsplats eller i din arbetsprocess skulle möjliggöra för dig att göra bättre miljöjournalistik? • Har du fler reflektioner kring ämnet vi pratat om?