

Stortingsvalget 2021: Den perfekte stormen for klimajournalistikk?

Norsk presses dekning og prioritering av klimaendringene ved stortingsvalget i 2021.

Elisabeth Marie Bergskaug

OSLOMET

Masteroppgave i journalistikk
Institutt for journalistikk og mediefag
Fakultet for samfunnsvitenskap

OsloMet

Mai 2022

Forord

Takk til alle som har bistått meg med å få denne masteroppgaven i havn. Særskilt takk til min veileder Andreas Ytterstad for entusiasmen du har vist oppgaven, for de innsiktsfulle rådene du har gitt, og for ditt urokkelige engasjement for klimajournalistikk. Professor emerita Elisabeth Eide og stipendiat Anja Naper ved OsloMet gjennomførte i 2014 studien som er inspirasjonskilden til og sammenligningsgrunnlaget for denne oppgaven. Takk til Elisabeth Eide for at du delte kodeboken fra 2014-prosjektet med meg, og for at du kom med innspill til hvordan denne studien burde utformes. Jeg vil også rette en stor takk til professor Tine Ustad Figenschou ved OsloMet for at du ga meg en innføring i statistikkprogrammet SPSS, og hjalp meg med å stramme til og forbedre kodeboken. Kvaliteten på oppgaven er hevet takket være testkoder 1 og testkoder 2, som kodet deler av materialet mitt for å undersøke hvor godt kodeboken fungerte. Takk for at dere stilte opp. Takk også til Andreas som kvalitetssikret utregningene mine av reliabilitetsmålet pi i metodekapittelet. Det hadde ikke vært like interessant og givende å jobbe med klimajournalistikk og forskning på klimajournalistikk uten de mange gode diskusjonene med mine klimaengasjerte medstudenter Ine, Malene, Daniel, Ådne, June, Kristine, Dina, Turid og Lars. Dere har gjort dette studieløpet virkelig verdifullt. En ekstra takk til June, Lars, Turid, mamma og pappa som har gitt nyttige tilbakemeldinger på oppgaven. Takk til arbeidsgiver Vårt Land og Veslemøy Østrem for god tilrettelegging for arbeidet med studiene, og for all oppmuntring. Masteroppgaven er støttet med et stipend på 20.000 kroner fra fakultetet for samfunnsfag ved OsloMet.

Elisabeth Bergskaug

Oslo, mai 2022

Sammendrag

Oppgaven analyser klimadekningen i én måned av stortingsvalgkampen 2021, fra 19. august til 19. september, i ti norske papiraviser, med utgangspunkt i problemstillingen: *Hvordan ble klima dekket og prioritert i avismediene i valgkampen i 2021?* Gjennom en omfattende kvantitativ innholdsanalyse av 927 artikler viser studien at klimadekningen i valgkampen 2021 var den største i noe stortingsvalg på 2000-tallet. Funnene tyder på at en rapport fra FNs klimapanel var hovedgrunnen til at klima ble den viktigste saken i valgkampen. Men selv da klima var viktigst for velgerne og sto høyt på mediernes dagsorden, var mediernes prioriteringer i klimadekningen blandet. Det er få forsideoppslag, få lange saker, og få dyptgående reportasjer om klimaendringene i utvalget. Samtidig er utvalget dominert av en uforholdsmessig høy andel meningsjournalistikk, med en relativt lav andel kritisk og oppsøkende nyhetsjournalistikk. Nyhetsdekningen er preget av politisk spill, og olje- og gasdebatten står sentralt, mens en rekke klimarelaterte temaer får lite eller ingen dekning. Det er naturlig, og til en viss grad viktig, at det politiske spillet dekkes grundig i valgkamper. Studien drøfter om fokuset på det politiske spillet mellom partiene likevel førte til en underdekning av andre klimarelaterte temaer. Videre viser studien at oljedebatten i pressen har endret seg fra stortingsvalget i 2013, og at det norske klimaparakokset – der Norge forsøker å være et foregangsland på klima, samtidig som landet tjener seg rikt på klimaskadelig olje og gass – utfordres i større grad enn tidligere. Det er en ventet utvikling at Norges petroleumpolitikk havner under større press etter hvert som klimaendringene og konsekvensene av dem blir mer alvorlige, da bruk fossil energi er en av hovedårsakene til klimaproblemet. For å utføre sitt samfunnsoppdrag, bør mediene sørge for at hensynet til oljeinntekter versus hensynet til klima og natur bli kritisk belyst. Mediene bør også ta aktive valg om å prioritere ressurser til kritisk klimajournalistikk.

Abstract

This master thesis is an analysis of the newspaper coverage of climate change through one month of the 2021 parliamentary election in Norway. The research covers a period from the 19th of August until the 19th of September in ten Norwegian newspapers. The main research question is: *How did newspaper media cover and prioritize the issue of climate change during the 2021 parliamentary election?* Through a comprehensive content analysis of 927 articles, this study shows that the climate coverage during the election campaign was the largest in any parliamentary election in the 21st century. The research findings suggests that a report from the Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) was the main reason why climate change became the most important issue during the election campaign. Even when climate was the most important issue for voters, and high on the media agenda, the media's priorities in their climate coverage were mixed. There were few frontpage stories, few long articles, few investigative stories and feature stories about climate change. There was a disproportionate share of op-eds, with a relatively small share of critical news journalism. The news coverage was dominated by political games and positioning and a debate on Norway's oil and gas industry, while a lot of climate related issues got little or no coverage. It is natural, and to a certain extent important, that political positioning is covered thoroughly during election campaigns. However, this study discusses if the focus on positioning led to an under coverage of other critical climate related issues. The study also shows that the oil and gas debate in the press has changes since the 2013 parliamentary election. Furthermore, it shows that the Norwegian climate paradox – where Norway tries to be pioneering country on international climate policy, while at the same time making a lot of money on exporting polluting oil and gas – is challenged to a larger degree than before. It is not surprising that Norway's fossil industry ends up under larger scrutiny as the consequences of climate change becomes more visible and serious. To fulfil their role as the fourth estate, the media should critically cover climate change and the Norwegian fossil industry to a larger degree than today.

Innholdsfortegnelse

Forord	2
Sammendrag	3
Abstract	4
Kapittel 1 Innledning	7
1.1 Valg av tema og oppgave	7
1.2 Inspirert av Eide og Napers studie	8
1.3 Alarmklokkene ringer	9
1.4 Den perfekte stormen	11
1.5 Tema og problemstilling	12
Kapittel 2 Teoretiske bidrag på feltet	14
2.1 En presset nyhetsbransje	14
2.2 Klima på dagsorden	16
2.3 Det norske klimaparakokset	20
Kapittel 3 Metode	25
3.1 Kvantitativ innholdsanalyse og fremgangsmåte	25
3.1.1 Avgrensninger og utvalg	25
3.1.2 Variabler, kategorier og kodebok	27
3.2 Fordeler og ulemper med utvalg	30
3.3 Metodiske styrker og svakheter	31
3.3.1 Metodevalg og validitet	31
3.3.2 Intersubjektivitet, objektivitet og reliabilitet	32
3.3.3 For mange «andre»?	35
3.3.4 Ikke på nett	36
3.4 Generalisering	37
Kapittel 4 Funn	39
4.1 Økt dekning	39
4.2 Hvem skriver hva?	40
4.3 FN-rapporten ble hyppig sitert	42
4.4 Få forsideoppslag	43
4.5 Størrelse	45
4.6 De vanligste temaene	46
4.7 De fremtredende stemmene	48
4.7.1 Hvilke grupper dominerer?	49

4.7.2 Kjønn	50
4.7.3 Politiske partier	51
4.7.4 Naturvitere i mindretall	52
4.7.5 Valgkampens heteste navn.....	52
Kapittel 5 Analyse og drøftinger	54
5.1 Klimavalget som ble kapret	54
5.2 Valgkampens agendasetter	56
5.3 Medienes prioritering av klima.....	59
5.3.1 Et meningsdominert saksfelt	60
5.3.2 Ikke rydd forsiden	62
5.3.3 Oppsøkende, undersøkende og kritisk?	63
5.4 Det politiske spillet	66
5.5 Olje og klima henger sammen	72
5.5.1 Den store oljedebatten.....	73
5.5.2 En oljedebatt i endring	79
Kapittel 6 Konklusjon	83
6.1 Fellestrekk og utvikling	83
6.2 En presse som presser makta	84
6.3 Videre forskning.....	86
Litteratur	88
Vedlegg	100
Vedlegg 1: Kodebok med kodeinstruks	100
Vedlegg 2: Tabelloversikt med funn	107

Kapittel 1 Innledning

Aldri har klimapolitikken og oljepolitikken stått så sentralt i valgkampen som nå. De store partiene hadde ikke lagt opp til det. FNs klimarapport tok dem på senga.

Rapporten har snudd opp-ned på valgkampen. Klimaet er blitt hovedtemaet i partilederdebatene, på skolene og på arbeidsplassene. Folk frykter med rette for hva som vil skje med verden dersom den globale oppvarmingen fortsetter (Strand, 2021a, 4. september).

Slik beskriver Dagsavisens tidligere sjefredaktør Arne Strand klimaets plass i valgkampen, ni dager før stortingsvalget 2021. For første gang på mange tiår, inntok klima og miljø hovedrollen i en stortingsvalgkamp. Klimaendringene og konsekvensene av dem blir stadig mer synlige, noe ekstremværsommeren 2021 er et eksempel på. De siste syv årene er de varmeste som er målt på jorda siden målingene startet, ifølge Verdens meteorologiorganisasjon (WMO 2022). Klimaforskningen er tydelig på at det er mye som står på spill. Gitt situasjonen verden befinner seg i, bør klima bli en viktigere politisk sak for hvert år som går, så lenge utslippskurven ikke knekker. Journalister kan ta på seg rollen med å stille Norges folkevalgte til ansvar for å gjøre noe med klimakrisen. I stortingsvalget 2021 var klimaendringene den viktigste saken for velgerne, og mediedekningen av temaet var betydelig større enn ved tidligere stortingsvalg. Som vi skal se, spilte lanseringen av del én av FNs klimapanelts sjette hovedrapport en betydelig rolle for å sette klima på dagsorden i valgkampen. Men hva slags klimadekning fikk vi, egentlig? Det forsøker denne oppgaven å svare på.

1.1 Valg av tema og oppgave

Som journalist og student spesialiserer jeg meg i klimajournalistikk fordi jeg ønsker å komme med konstruktive bidrag til den offentlige samtalen, i håp om å få fart på klimatiltak og bremse klimaendringene. Nisbet (2019, s. 26) slår fast at journalister spiller en livsviktig rolle i møte med klimaendringene; «contextualizing expert knowledge and competing claims, promoting consideration of a broader menu of policy options and technologies, and facilitating discussion that bridges entrenched tribal divisions». Boykoff og Yulsman (2013, s. 359) påpeker at «[m]ass media stitch together formal science and policy with the public sphere». Mediene er en arena for debatt om klimaløsninger, og har samtidig en unik

posisjon for å koble sammen folket, klimaforskning og politisk handling. Hvordan de bruker den posisjonen og sin mediemakt, kan påvirke i hvor stor grad verden klarer å bremse alvorlige klimaendringer. Gitt denne posisjonen, mener Boykoff og Yulsman (2013, s. 359) at også forskning på medienes klimadekning er essensielt for å takle klimaendringene. Derfor skal jeg i denne masteroppgaven undersøke en viktig bit av norsk klimadekning – dekingen av klima i stortingsvalgkampen 2021.

1.2 Inspirert av Eide og Napers studie

I etterkant av stortingsvalget i 2013, gjennomførte medieforskerne Elisabeth Eide og Anja Naper en studie av klimadekingen i valgkampen i ni norske aviser (2014). Spørsmålene de stilte var:

Hvilken plass fikk klima og klimaendringer i denne viktigste fasen av valgdekningen? I hvilke tematiske sammenhenger ble klima dekket? Ble det en strategisk dekning med perspektiver utover valgperioden, eller en dekning som i stor grad konsentrerte seg om det politiske spillet? Ikke minst studerte vi hvilke stemmer som kom til orde, og hvilket avissjangle som tok for seg klimaspørsmålet (Eide & Naper 2014, s. 45-46).

I studien så de blant annet på om det ble forsidesak, hvordan klima var prioritert i artikkelen, artiklenes størrelse, sjanger og tema, samt hvilke kilder som ble brukt (Eide & Naper 2014, s. 47). Siden det ikke er gjennomført noen tilsvarende studie av klimadekingen ved tidligere stortingsvalg eller ved stortingsvalget i 2017, er det interessant å gjenta undersøkelsen ved flere stortingsvalg, for å se hvordan klimadekingen i mediene endrer seg over tid og fra valg til valg. Jeg har derfor valgt å gjenta Eide og Napers studie for stortingsvalget i 2021, med noen justeringer. Studien i denne masteroppgaven er en selvstendig studie med egne funn, som sier noe om klimadekingen under valgkampen i 2021, og som er relevante i seg selv. Gjennom egne vurderinger har jeg utarbeidet en ny kodebok, laget et begrunnet utvalg, gjort en selvstendig datainnsamling og analyse. Men studien i denne masteroppgaven er også en oppfølgingsstudie hvor det er mulig å sammenligne funnene med funn fra 2013-studien, og peke på fellestrekk, ulikheter og utvikling de siste åtte årene. Funnene fra Eide og Napers studie vises til og brukes som sammenligningsgrunnlag i funn- og analysedelen av denne oppgaven der det er relevant.

1.3 Alarmklokkene ringer

Klima og klimaendringer er sammensatte og komplekse temaer. Det kan derfor være nyttig å definere hva *klima* og *klimaendringer* betyr, gjennom FNs klimapanels definisjoner. FNs klimapanel (IPCC) ble opprettet i 1988 av FNs miljøprogram (UNEP) og Verdens meteorologiorganisasjon (WMO). IPCC skal vurdere og formidle vitenskapelig kunnskap om klimaendringer til myndigheter verden over med jevne mellomrom, slik at de kan utvikle klimapolitikk (IPCC 2022a). IPCC forsker ikke selv, men gjennomgår eksisterende forskning om klima og klimaendringer. De har følgende definisjon av *klima*:

Climate in a narrow sense is usually defined as the average weather, or more rigorously, as the statistical description in terms of the mean and variability of relevant quantities over a period of time ranging from months to thousands or millions of years. The classical period for averaging these variables is 30 years, as defined by the World Meteorological Organization (IPCC 2021a, s. 11).

Når vi snakker om klima, snakker vi altså om gjennomsnittet av alt vær. Klimaendringer innebærer at dette gjennomsnittet endrer seg. Vi kan skille mellom naturlige klimaendringer og menneskeskapte klimaendringer. Når vi snakker om klimaendringer som et problem og en krise, er det de menneskeskapte klimaendringene vi snakker om. IPCCs definisjon av *menneskeskapte klimaendringer* er som følger: «A change of climate which is attributed directly or indirectly to human activity that alters the composition of the global atmosphere and which is in addition to natural climate variability observed over comparable time periods» (IPCC 2021a, s. 11). Den menneskelige aktiviteten som endrer klimaet er utslipp av klimagasser, hovedsakelig gjennom brenning av fossil energi i form av olje, kull og gass, og gjennom industri, avfallshåndtering, avskoging, landbruk og endring av landarealer (IPCC 2021a, s. 5). Klimajournalistikk er journalistikk som omhandler menneskeskapte klimaendringer, inkludert årsakene til og konsekvensene av dem, og mulige løsninger som kan bremse endringene. Klimapolitikk er den politikken som tar sikte på å finne løsninger og kutte utslipp.

Klimajournalistikk og klimapolitikk er viktig fordi klimaendringene påvirker alle mennesker. Vi bor, jobber og dyrker mat der det er mest gunstige værforhold for å gjøre det. «Dagens samfunn er et produkt av værets luner i mye større grad enn vi liker å tro. [...] Samfunnet bygger vi på klimaet, og håper at det holder seg stabilt», skriver klimaforsker Bjørn H.

Samset (2021, s. 41). Når vi tukler med klimaet, tukler vi også med de stabile forholdene som har gitt gode vilkår for menneskers vekst og utvikling de siste 12.000 årene (Samset 2021, s. 74-75). Det får konsekvenser. IPCCs siste hovedrapport er det mest fullstendige kunnskapsgrunnlaget vi har for å si hva vi vet om klimaendringene. Siden opprettelsen har IPCC gitt ut seks hovedrapporter. Den siste i tre deler, lansert i 2021 og 2022. Delrapport én, *Climate Change 2021: the Physical Science Basis*, slår for første gang fast at det er helt entydig at klimaendringene verden nå opplever er menneskeskapte (IPCC 2021b, s. 5). Siden perioden 1850-1900 har menneskeskapte klimaendringer gjort verden i snitt 1,09 grader varmere (IPCC 2021b, s. 5). Hva blir konsekvensene av oppvarmingen?

Mindre snø og is, kortere vintre, raskere havnivåstiging, et varmere og surere hav, hyppigere og mer intense hetebølger, tørke, og hyppigere og mer intenst styrtregn, er konsekvensene av menneskeskapte klimaendringene IPCC peker på med størst sikkerhet (2021b). Det er også sannsynlig at hyppigere tropiske sykloner og hyppigere ekstremværhendelser, inkludert flom og skogbranner, skyldes menneskelig oppvarming (IPCC 2021b, s. 11). Økte temperaturer svekker det globale matsystemet, og fører til økt matusikkerhet gjennom tørke, hetebølger og lavere produktivitet (IPCC 2022b, s. 19). Det igjen kan føre til høyere matpriser, lavere inntekt og negative helseeffekter (IPCC 2022b, s. 19). Generelt fører klimaendringene med seg en rekke helseutfordringer, og utgjør en trussel mot menneskers velvære og planetens helse (IPCC 2022b, s. 10 og 35). Arter, biologisk mangfold og økosystemer blir hardt rammet, og klimaendringene har allerede forårsaket «substantial damages, and increasingly irreversible losses» i ulike økosystemer (IPCC 2021b, s. 8). Jo varmere det blir, jo mer fremtredende blir endringene, og for hvert tonn klimagassutslipp øker den globale oppvarmingen (IPCC 2021b, s. 19 og 37). Derfor har verdens land blitt enige om å kutte utslipp og begrense oppvarmingen. Den internasjonale Parisavtalen fra 2015 har som mål å holde global oppvarming godt under 2 grader celsius i forhold til midten av 1800-tallet, og ned mot 1,5 grader. Ifølge den siste IPCC-rapporten vil imidlertid «[g]lobal warming of 1.5°C and 2°C [...] be exceeded during the 21st century unless deep reductions in CO₂ and other greenhouse gas emissions occur in the coming decades» (2021b, s. 17). På lang sikt er det heller ikke nok med store kutt. For å stabilisere temperaturen på jorda, og stanse menneskelig oppvarming, må verden nå netto null av menneskelige klimagassutslipp (IPCC 2021b, s. 36). Dette er det alvorlige bakteppet for denne masteroppgaven.

Folkevalgte politikere sitter med makt til å gjennomføre tiltak for å bremse og bøte på klimaendringene. Forskerne bidrar med kunnskap, sivilsamfunnet bidrar med press og krav, næringslivet kan bidra med løsninger, og mediene kan bidra med å få fram alvoret i saken, forklare sammenhenger, presentere løsninger, og kreve svar fra politikerne. I forkant av stortingsvalget 2021 la en «perfekt storm» til rette for å at klimaendringene skulle havne på både politikernes og medienes agenda.

1.4 Den perfekte stormen

18. mai 2021: Dagen etter nasjonaldagen ble Norges mest vellykkede eksportnæring utfordret. Det internasjonale energibyrået IEA lanserte en rapport, et veikart til globalt netto nullutslipp i 2050, som viser hvordan energisystemet må endres for at verden kan holde 1,5-gradersmålet innen rekkevidde. Rapporten satte en rekke milepæler som bør nås, inkludert: «No new oil and gas fields approved for development» etter 2021 (IEA 2021, s. 20). Den milepælen synes ikke Norges regjering noe om. «Norge kommer til å fortsette med den hovedlinjen vi har», sa daværende statsminister Erna Solberg til NTB (Føli 2021b). Arbeiderpartiets Espen Barth Eide, som nå er klimaminister, sa: «Det betyr ikke at vi skal slutte verken å lete eller å produsere olje og gass i Norge» (Føli 2021a).

Juni, juli og august 2021: Disse månedene var preget av ekstremvær en rekke steder på kloden. Tyskland og Belgia ble rammet av styrtregn og flom, som tok over 200 menneskeliv (NTB-TT-DPA 2021). Ekstrem nedbør førte også til omfattende flom i Henan-provinsen i Kina, der over 300 mennesker døde (NTB-AFP-AP 2021). I Canada ble det satt varmere rekord i landsbyen Lytton på 49,6 grader – 4,6 grader varmere enn forrige rekord (BBC 2021). Dagen etter brant landsbyen ned (BBC 2021). En senere kartlegging viste at 595 mennesker døde av heteslag under hetebølgen i Canada i juni og juli (Schmunk 2021). Også Sør-Europa og området rundt ble rammet av en ekstrem hetebølge, som førte til voldsomme skogbranner blant annet i Hellas, Italia, Spania, Bulgaria, Tyrkia og Algerie, i det som var den nest verste skogbrannsesongen registrert i Europa og omegn (Joint Research Centre 2022).

9. august 2021: Delrapport én av FNs siste hovedrapport ble lansert, og FNs generalsekretær António Guterres erklærte «kode rød» for menneskeheten (Holst 2021).

Stuart Hall slo fast at «[t]he media, then, do not simply 'create' the news [...] the media are frequently not the 'primary definers' of news events at all» (Hall et al. 1978, sitert i

Schlesinger 1990). Ofte er det eksterne hendelser og kilder som påvirker hva som havner på mediens dagsorden, istedenfor at mediene velger det selv. IEA-rapporten problematiserte leting etter olje og gass, og aktualiserte oljedebatten i norske medier. Debatten skulle senere dominere pressens dekning av valgkampen. Ekstremværet som fulgte den sommeren, fikk stor mediedekning i en klimakontekst (Boykoff et al. 2022a). Dermed var konsekvensene av klimaendringer høyt oppe i manges bevissthet da rapporten fra FNs klimapanel ble lansert 9. august. Samtidig skrev mediene globalt mye om forventingene til et forsinket klimatoppmøte i Glasgow (Boykoff et al. 2022a). Samlet skapte dette en perfekt storm for klimasaken i valgkampen. Nasjonale debatter om oljeleting- og produksjon, vindkraftutbygging, klimamål og politiske prioriteringer kom på dagsorden. I den første partiledersdebatten i Arendal ble klima hovedtema, og tok opp halve sendingen. De tre miljøpartiene Venstre, Sosialistisk Venstreparti og Miljøpartiet de Grønne styrket seg umiddelbart på meningsmålingene etter FN-rapporten (Lægland et al. 2021, 20. august). MDG hadde mulighet til å komme over sperregrensen for første gang i partiets historie. Forfatter Amalie Kasin Lerstang (2021) skrev i Klassekampen: «Der klimaspørsmålet i tidligere valgkamper har framstått som et obligatorisk punkt man pliktskyldig måtte innom, er det i år blitt stilt krav til partiene om å gi gode svar på utfordringene». Alt lå til rette for at det skulle bli et klimavalg.

1.5 Tema og problemstilling

Foran valg har politikere og partier mer taletid og flere plattformer hvor de kan formidle sine budskap og løfter om politisk handling enn resten av tiden. Samtidig er stortingsvalg en av borgernes beste muligheter til å påvirke hvordan Norge styres politisk. Selv om politiske partier er dynamiske og kan endre standpunkt og politikk underveis i stortingsperioder, legges grunnlaget for Norges politikk de neste fire årene ved stortingsvalg. Derfor er valgkampen en særlig interessant periode å studere i mediene. Hvilke debatter dominerer? Hvem kommer til orde? Hva skal til for å vinne akkurat dette valget? Hvordan dekker mediene valgkampen og de politiske sakene? Foran stortingsvalget 2021 ble klima en av de viktigste sakene i valgkampen og i mediedekningen. Det så ut som det kunne bli en vintersak å ha en god klimapolitikk, og alle partier ble utfordret på hva de ville gjøre for å kutte utslipp. Derfor vil jeg i denne oppgaven undersøke hvordan mediene prioriterte klimadekningen i stortingsvalgkampen 2021, hvilke klimarelaterte temaer som ble skrevet

om, hvilke debatter som dominerte, og hvilke stemmer som kom til orde. Jeg vil også undersøke hvordan ulike redaksjoner prioriterte å skrive om klima, og i hvor stor grad FNs klimapanelts siste rapport påvirket mediedekningen. Oppgavens problemstilling er som følger: *Hvordan ble klima dekket og prioritert i norsk presse i stortingsvalgkampen i 2021?* I tillegg ser jeg på hvordan dette endret seg siden 2013.

Kapittel 2 Teoretiske bidrag på feltet

I dette kapitlet presenterer jeg teoretiske perspektiver som er relevante i undersøkelsen av klimadekningen i valgkampen i norske aviser. Den første delen av kapitlet handler om hvordan en lengre nedgangstid i mediebransjen har endret journalistikken, og lagt press på ressursene redaksjonene har tilgjengelig. Dette kan også ha påvirket hvordan og i hvor stor grad mediene har dekket, og fremdeles dekker, klimaendringene. Den andre delen av kapitlet viser hvordan klimadekningen varierer over tid, og påvirkes av nyhetskriteriene og den politiske journalistikken. Den tredje delen handler om det norske klimaparakset, hvordan norsk olje- og klimapolitikk har gått hånd i hånd, til tross for at olje- og gassproduksjon fører til klimagassutslipp. Jeg vil trekke veksler på litteraturen presentert i dette kapitlet i kapittel 5, hvor jeg drøfter og analyserer funnene i oppgaven, og kapittel 6, hvor jeg konkluderer.

2.1 En presset nyhetsbransje

Nyhetsbransjen har vært i en utfordrende situasjon siden finanskrisen i 2008. Særlig gjelder det papiraviser, som undersøkes i denne studien. Teknologisk utvikling og digitalisering har forårsaket store endringer i mediebildet. Annonseinntektene på papir har vært nedadgående i lang tid, og mellom 2016-2020 tapte norske aviser 29 prosent av reklameinntektene på print (Medietilsynet 2021, s. 9). Globale aktører som Facebook og Google har i samme periode tatt en markedsandel på 18 prosentpoeng fra avisene (Medietilsynet 2021, s. 1). Bildet er imidlertid ikke helsvart. Den kraftigste nedgangen i driftsinntekter for aviser kom mellom 2012 og 2016. Siden har inntekter fra brukerbetaling kompensert mer og mer for tapte annonseinntekter, og brukerinntektene har økt mellom 2016-2020 (Medietilsynet 2021, s. 6). Reklameinntekter på nett øker også (Medietilsynet 2021, s. 9). Etter tre år med en stabiliserende trend, kom et større inntektsfall i 2020 grunnet reduserte annonseinntekter under koronapandemien. «Utan pandemien hadde avisene kanskje ikke hatt ein inntektsnedgang i 2020. I så tilfelle viser inntektsutviklinga dei siste fire åra at perioden med årlege fall i driftsinntektene kan vere over. Det er likevel for tidleg å trekke ein slik konklusjon», skriver Medietilsynet (2021, s. 27).

Selv om situasjonen stabiliserer seg, og inntekter og lønnsomhet i nyhetsbransjen slutter å falle, har den langvarige nedgangen fått konsekvenser. Situasjonen i nyhetsbransjen var en

annen under stortingsvalget i 2021 enn under stortingsvalget i 2013. Kostnadskutt har vært nødvendige, og avisene reduserte sine driftskostnader med 9 prosent mellom 2016 og 2020 (Medietilsynet 2021, s. 12). Kostnadskuttene har blant annet inkludert store nedbemanninger. Aftenposten gjorde en nedbemanning fra 293 til 175 redaksjonelle medarbeidere i avisa mellom 2012 og 2018 (Bjerke 2019, s. 47). Medlemstallene i fagforeningen Norsk journalistlag (NJ) gjenspeiler fallet i antall journaliststillinger. Antall medlemmer var på toppen i 2008 med 9739 medlemmer, og nådde en foreløpig bunn i 2020 med 7879 medlemmer. I 2021 var det medlemsvekst, og antall medlemmer var oppe i 8004. Det innebærer en nedgang i antall medlemmer på 1735 stykker og 18 prosent fra 2008 til 2021 (Norsk journalistlag 2022). Medlemstallene gir ikke et fullstendig bilde av bemanningssituasjonen i journalistyrket, men «organisasjonsgraden blant journalister i Norge tradisjonelt har vært høy, mellom 80 og 90 prosent» (Bjerke et al. 2019, s. 21). NJs medlemstall kan derfor gi en verdifull pekepinn. Med færre fast ansatte journalister i avismediene, må redaksjonene prioritere annerledes. Hilde Kristin Dahlstrøm og Liv Iren Hognestad (sitert i Bjerke, Fonn og Mathisen 2019, s. 29) har studert konsekvenser av nedbemanning, og «konkluderer med mer press, mindre tid til grundig kildearbeid og at krevende og kritiske saker nedprioriteres». Det kan ha påvirket hvordan og i hvilken grad mediene har prioritert å dekke klimaendringene, en viktig del av det samfunnsoppdraget journalistikken skal fylle. En fellesnevner for ulike definisjoner av journalistikk er nemlig at den «knyttes til samfunnsnytte og betraktes som et gode som offentligheten har bruk for» (Bjerke et al. 2019, s. 17). Frykten for at en svekket nyhetsbransje også svekker samfunnsoppdraget, var noe Mediemangfoldsutvalget fremhevet i sin utredning fra 2017: «Det er selve infrastrukturen i folkestyrets offentligheter som er under så sterkt press at det er grunn til å frykte at journalistikken snart ikke lenger kan fylle sin uunnværlige rolle» (NOU 2017:7, s. 9). Utvalget slo fast at det var nødvendig med offentlige tiltak for å sikre borgerne «den samfunnsviktige journalistikken som opplyser borgerne og setter oss i stand til å delta i diskusjoner og beslutninger, og som sikrer at det som ikke fungerer i samfunnet blir kritisk belyst og gransket av uavhengige redaksjoner» (NOU 2017:7, s. 9). Utvalget trekker fram at det oppstår tematiske blindsoner i den journalistiske nyhetsdekningen som følge av nedbemanning (NOU 2017:7, s. 9). Sven Egil Omdal og Anders Bjartnes mener energi- og klimajournalistikken er en slik blindsoner, og får støtte fra forskerne Nina Kvalheim og Helle Sjøvaag, som peker på journalistikk om olje som en blindsoner (NOU 2017:7, s. 107-108). Det

viser en reell bekymring for at energi, olje og klima er blant stoffområdene som i lengre tid har blitt nedprioritert journalistisk som følge av nedbemanning og mindre ressurser i mediebransjen. Samtidig som nyhetsbransjen har opplevd nedgang, har klimaendringene og konsekvensene av dem blitt mer alvorlige. Norske borgere har behov for kunnskap og kontekst om klimaendringer og klimatiltak for å være i stand til å delta i diskusjoner og beslutninger, slik Mediemangfoldsutvalget etterlyser.

2.2 Klima på dagsorden

Ikke alt nytt som skjer i verden eller i Norge blir til nyheter i norske medier. Tvert imot: «Nyhetsmediene presenterer et svært begrenset utvalg av aktuelle hendelser og forhold» (Bjerke et al. 2012, s. 26). Det begrensede utvalget innebærer at omfanget av og kvaliteten på klimadekningen varierer. Media and Climate Change Observatory (MeCCO) har siden 2004 ført en månedlig oversikt over antall artikler og innslag i en rekke medier (aviser, TV og radio) som handler om klima, gjennom å telle artikler der «climate change» eller «global warming» er nevnt. Per januar 2022 inkluderer oversikten 127 medier fra 59 land fordelt på 7 kontinenter (Boykoff et al. 2022a, s. 1). Fra Norge kartlegges klimaartikler fra Aftenposten, VG og Dagbladet. Oversikten fra MeCCO over klimadekningen over tid viser tydelig at den går i bølger, med dype daler og høye topper. Selv om klimaendringene er en pågående krise i konstant forverring, skriver ikke mediene like mye om klima hele tiden. Klima blir gjerne dekket når det skjer klimarelaterte hendelser i nyhetsbildet, mens det står i fare for å bli underdekket når andre kriser inntreffer. For eksempel beskriver Boykoff et al. (2022a) hvordan klimaendringene druknet fullstendig i covid-19-dekningen i pandemiens første fase i mars-juni 2020. Det var rett og slett ikke plass til klima på dagsorden, selv om klimakrisen ikke forsvant med pandemien.

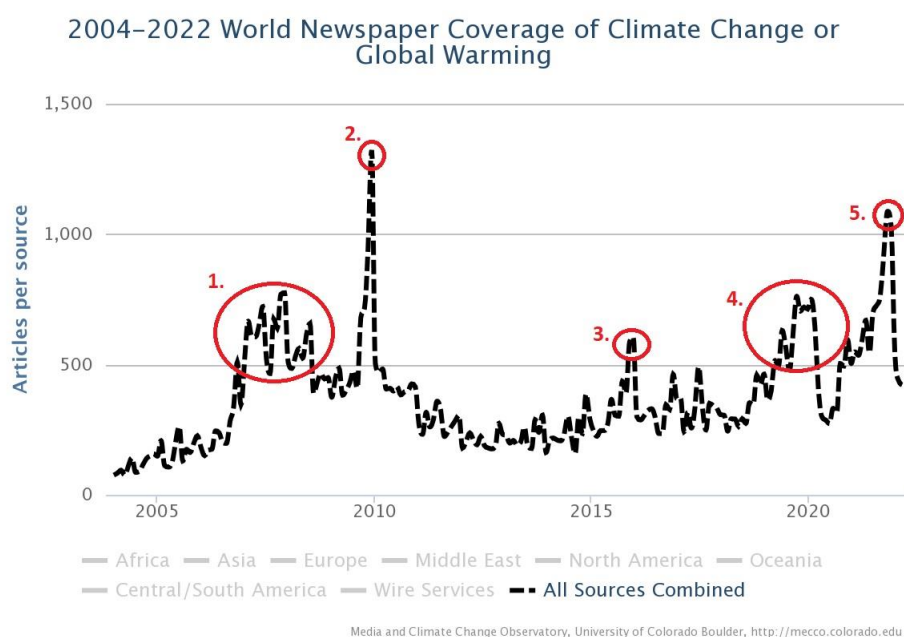
Det finnes flere ulike definisjoner av nyhetskriterier og nyhetsverdier, med fellestrekk at de forsøker å forklare hva som gjør noe til en nyhet, og hvorfor enkelte hendelser blir dekket av mediene fremfor andre. I dette teorikapittelet velger jeg å bruke de nyhetskriteriene samfunnsforskerne Johan Galtung og Mari Holmboe Ruge (1965) fant i sin mye siterte artikkel *The Structure of Foreign News* fra 1965, som siden har blitt bearbeidet og utbrodert av andre forskere. Galtung og Ruge presenterte åtte hypoteser om hvordan vestlige mediere prioriterte sin dekning av utenriksnyheter. De åtte hypotesene handler om utvetydighet, meningsfullhet, samsvar, komposisjon, overraskelse, kontinuitet, terskel og

frekvens. Jeg vil fokusere på hvordan de fire sistnevnte er relevante nyhetskriterier for å forklare når og hvorfor saker knyttet til klimaendringene havner i nyhetene, for deretter å vie mest plass til frekvens. Disse fire kriteriene er særlig relevante for å forklare hvorfor klima havnet på dagsorden i mediene under stortingsvalget i 2021, noe jeg drøfter nærmere i kapittel 5.2.

Nyhetskriteriet *terskel* innebærer at «[h]endelsen må ha en bestemt 'styrke' eller omfang» (Orgeret 2022). Menneskeskapte klimaendringer har et stort omfang, og får konsekvenser av stor styrke for alle samfunn og nasjoner i verden. Klimaendringene i stort møter derfor dette nyhetskriteriet. Men det er likevel når klimarelaterte hendelser av en viss styrke inntreffer, at klimaendringene får mediedekning. For eksempel førte ekstremværet som preget verden i juni, juli og august 2021 til mange dødsfall og store ødeleggelse. Denne styrken i hendelsene bidro til økt klimadekning, både globalt og her hjemme (Boykoff et al. 2022a). I Norge økte klimadekningen med 91 prosent fra mai til juni, og med 83 prosent fra juni til juli (Boykoff et al. 2022a). Stigningen fortsatte i august, med 35 prosent økning i klimadekning i Norge sammenlignet med juli, som følge av lanseringen av FNs klimapanels sjette hovedrapport – en annen hendelse med en viss styrke. Nyhetskriteriet *overraskelse* er «de 'velkjente' hendelsene som samtidig kommer uventet» (Orgeret 2022). Her er også sommerens ekstremvær et godt eksempel. Nyhetskriteriet kontinuitet innebærer at om «hendelsen først [er] blitt til en nyhetsbegivenhet, er sjansen stor for at den vil fortsette å prege overskriftene en stund» (Orgeret 2022). Det forklarer hvordan klima kunne dominere nyhetene gjennom hele stortingsvalgkampen, etter at temaet først havnet på dagsorden i forbindelse med lanseringen av en ny rapport fra FNs klimapanel. Nyhetskriteriet frekvens innebærer at «[m]ediene vil legge mest vekt på hendelser som samsvarer med deres egen 'nyhetsrytme' og prioritere punkthendelser foran trender og prosesser» (Orgeret 2022). Med andre ord; hendelsen må ha en aktualitet. Derfor blir hendelser som utfolder seg over lengre tid sjelden dekket som en nyhet, med mindre den ender i en form for klimaks som skaper aktualitet. Klimaendringene er en langsom, pågående prosess, som er delvis usynlig. Prosessen er ofte vanskelig å forsonne med en hendelsesdrevet journalistikk (Ytterstad & Bødker 2022 forthcoming). Nyhetskriteriet frekvens gjør at klimaendringene kan falle ut av nyhetsdekningen i perioder der det ikke skjer klimarelaterte «punkthendelser». På den andre siden kan klima dominere nyhetsdekningen når viktige punkthendelser finner sted.

Ytterstad og Bødker (2022 forthcoming) påpeker at kun noen få klimarelaterte saker treffer godt på nyhetskriteriene til Galtung og Ruge – spesifikt frekvens – og at det bidrar til diskontinuiteten i den journalistiske dekningen av klimaendringene. Videre påpeker Ytterstad og Bødker (2022) at klimatoppmøter, som de i København, Paris og Glasgow – som alle bidro til økt klimadekning i mediene (tabell 2.1) – er gode eksempler på klimarelaterte hendelser som treffer godt på nyhetskriteriet frekvens. «[C]limate summits have a fixed frequency, a beginning and an end, and can thus be anticipated and related to other recurrent events such as national politics and elections» (Ytterstad & Bødker 2022 forthcoming). MeCCOs klimadekning-oversikt fra 2004 til i dag viser at et fåtall nyhetshendelser på klimafeltet, inkludert klimatoppmøter, som treffer mange på de nevnte nyhetskriteriene, sammenfaller med toppene i grafen.

Tabell 2.1. Global klimadekning mellom 2004 og 2022 (Boykoff et al. 2022c). Egne markeringer viser topper i dekningen.



Følgende nyhetshendelser på klimafeltet sammenfaller med markeringene i tabell 2.1:

1. Al Gores dokumentar *An Inconvenient Truth* (2006), ny hovedrapport om klimaendringene fra FNs klimapanel (2006), Nobels fredspris til Al Gore og FNs klimapanel (2007).
2. Klimatoppmøtet i København (2009).
3. Klimatoppmøtet i Paris, Parisavtalen (2015).

4. 1,5-gradersrapporten fra IPCC, Greta Thunberg, skolestreiker, klimabrøl, Fridays for future-bevegelsen (sent 2018 til tidlig 2020).
5. Ekstremvær verden over, ny hovedrapport fra FNs klimapanel, klimatoppmøtet i Glasgow (2021).

De klimarelaterte hendelsene vist til i tabell 2.1 treffer godt på nyhetskriteriet frekvens fordi de er punkthendelser. I 2021 var det flere punkthendelser som bidro til at 2021 ble det enkeltåret med størst klimadekning siden MeCCO startet målingene for 18 år siden (Boykoff et al. 2022a, s. 2). Boykoff et al. (2022a) trekker fram både ekstremvær, IPCC-rapporten og klimatoppmøte i Glasgow i november som forklaringer på den økte dekningen. Etter Glasgow-møtet i november har klimadekningen falt mye, og måned for måned. I februar 2022 var dekningen på det laveste nivået siden august 2020 (Boykoff et al. 2022b). «The general downward trend of media attention paid to climate change in February 2022 can be attributed in part to global media attention transfixed on the Russian invasion of Ukraine», skriver Boykoff et al. (2022b) i sin oppsummering for klimadekningen i februar. I likhet med mars 2020, bidrar en global krise – denne gangen Russlands krig mot Ukraina – til et markant fall i klimadekningen. Delrapport to av IPCCs sjette hovedrapport ble lansert på tampen av måneden, men genererte adskillig mindre mediedekning enn delrapport én fra august. Også dette tilskriver Boykoff et al. (2022b) situasjonen i Ukraina.

Nyhetskriterier er nyttige verktøy for å beskrive dynamikken i nyhetsmediene, og for å vise hvorfor klimaendringene får stor plass i nyhetene i visse perioder, men ikke i andre. Etersom denne studien ser spesifikt på klimadekningen i en stortingsvalgkamp, vil jeg også inkludere noe litteratur om hvordan mediene dekker politikk. Medieforsker Sigurd Allern skriver at nyhetsmedienes dekning av det politiske feltet «innebærer [...] en definisjonsmakt til å avgjøre hva og hvem som har offentlighetens interesse. Nyhetsmediene influerer kanskje ikke alltid på hva vi mener, men har uten tvil stor innflytelse på hva vi mener noe om» (Allern 2001, s. 47). Nyhetsmediene spiller videre en særlig viktig politisk rolle under valgkamper, da «valgkamp i økende grad er blitt identisk med medievalgkamp» (Allern 2001, s. 15). De politiske temaene som dominerer i mediene i en valgkamp, vil derfor være temaer velgerne gjør seg opp en mening om. I mange tilfeller vil de samme temaene bli oppfattet som viktige av velgerne. Det viser også funnene i denne studien – oppsummert i kapittel 4, og drøftet inngående i kapittel 5. «Ulike nyhetsmedier, på et gitt tidspunkt eller

over en viss periode, har en tendens til å legge lik vekt på bestemte temaer og samfunnsspørsmål» (Dearing og Rogers 1996, sitert i Allern 2001, s. 59). Nyhetskriteriene kan være med å avgjøre når og hvorfor dette skjer. I kapittel 5.2 argumenterer jeg for at nettopp dette skjedde i valgkampen, da ulike nyhetsmedier over en lengre periode la vekt på klimasaken.

Oversikten fra MeCCO viser hvordan klimajournalistikken påvirkes positivt av klimahendelser som treffer på nyhetskriteriene, og hvordan den påvirkes negativt av store kriser som også treffer på nyhetskriteriene. Klimaendringenes natur, som en langsom og lite synlig prosess, gjør at prosessen i seg selv treffer dårlig på nyhetskriteriene, og mediene skriver gjerne mindre om klima når de ikke har punkthendelser å knytte problematikken til. Denne dynamikken gjør seg gjeldende både i en internasjonal og nasjonal kontekst. Mer spesifikt for den norske konteksten er hvordan det norske klimaparadokset påvirker hva mediene skriver om klimaendringene, og hvilke historiefortellinger som dominerer deknningen.

2.3 Det norske klimaparadokset

«Én form for kollektiv dissonans er sterkere i Norge enn i mange andre land [...]: paradokset mellom oljenasjonen Norge og Norge som antatt internasjonalt foregangsland i kampen mot konsekvensene av global oppvarming» (Eide et al. 2014, s. 9). Norge har i lang tid forsøkt å kombinere rollen som en stor olje- og gassprodusent med rollen som et foregangsland for klima- og miljøpolitikk. Dette er et paradoks fordi olje og gass er sentrale kilder til utslipp av ødeleggende klimagasser, og utslipp fra olje og gass må reduseres dramatisk for å bremse klimaendringene.

I boka *De beste intensjoner* trekker Anne Karin Sæther (2017) linjene for begge rollene tilbake til 70-tallet. Statoil, Oljedirektoratet og Miljøverndepartementet ble alle opprettet i 1972, og miljøvern «var en viktig del av de politiske strømningene på den tiden» (Sæther 2017, s. 19). Utviklingen av den ferske oljeindustrien skulle ta hensyn til natur- og miljøvern, og leteaktiviteten på norsk sokkel skulle være moderat (Sæther 2017, s. 19-20). Norges miljøprofil ble tydeligere med Brundtland-kommisjonens rapport *Our common future* i 1987, som blant annet introduserte begrepet bærekraftig utvikling, og slo fast at bruken av fossil energi måtte ned (Sæther 2017, 25-26). Men Norges første klimamål, satt av Brundtland-regjeringen i 1989, røk fordi produksjonen av olje og gass på norsk sokkel – og dermed også inntektene – økte voldsomt, og politikerne ville ikke bremse den lukrative virksomheten

(Sæther 2017, s. 36-37). Isteden endret norske myndigheter strategi: I internasjonale forhandlinger jobbet de for å få kutte utslipp i andre land, blant annet gjennom kvotehandel, istedenfor å gjennomføre kostbare kutt på norsk jord (Sæther 2017, s. 33-35). På denne måten kunne Norge fortsette å være en global stor-forurensner og en global klimahelt samtidig utover 90- og 2000-tallet. Denne dobbeltrollen blir gjerne omtalt som det norske klimaparadokset. Paradokset fungerer som en slags superkraft hvor Norge både tjener penger på salg av forurensende olje og gass, og skaffer seg godvilje fra det internasjonale samfunnet takket være innsats for å redusere klimagassutslipp i andre land. Sæther (2017, s. 384) konkluderer med «[v]i har valgt den klimapolitikken som passer oljebransjen best». Den paradoksale rollen ser ut til å ha fungert i praksis. «Norges status som oljeland har i forbausende liten grad hemmet oss i å etablere en offensiv og ambisiøs klimapolitikk. Det har også vært lite kontroversielt i andre land at vi tillater oss å være anfører og leder på klimaområdet», sier tidligere Statoil-sjef Harald Norvik i et intervju i *De beste intensjoner* (Sæther 2017, s. 339-340). Det er imidlertid i ferd med å bli mer kontroversielt, etter hvert som konsekvensene av klimaendringene blir mer alvorlige. En artikkel i New York Times problematiserte Norges paradoksale rolle allerede i 2017 (Sengupta 2017). Under klimatoppmøtet i Glasgow 2021, ble Norge på dag to av møtet kåret til 'dagens fossil' av Climate Action Network, en pris for «countries who are the best at being the worst and doing the most to do the least» (Climate Action Network International u. å.). Foranledningen var at statsminister Jonas Gahr Støre fremsnakk gassnæringen fra talerstolen, og et intervju med Financial Times der Støre blant annet sa at det å slutte med olje ville bety slutten for grønn omstilling (Milne, 2021).

Klimaparadokset er fremdeles tydelig i praktisk politikk. Per 2020 tok verdens land sikte på å produsere 120 prosent mer fossil energi innen 2030 enn det som er i tråd med 1,5-gradersmålet, og 50 prosent mer enn det som er i tråd med 2-gradersmålet (SEI et al. 2020, s. 4). Norge var i 2018 verdens niende største eksportør av fossile utslipp, ifølge en faktasjekk Faktisk.no har gjort basert på eksporttall fra IEA (Akerbæk & Dahlback, 2021, 27. august). Det skyldes en villet politikk, hvor «en rekke politiske virkemidler har vært brukt for å holde produksjonen på et høyt nivå» (Dale & Andersen 2018, s. 29). Økt bekymring for klimaendringene gir imidlertid det norske klimaparadokset vanskeligere kår. Tidligere ble olje og klima sjelden knyttet sammen eller sett i sammenheng (Curtis 2010; Leonard & Smith

2003, sitert i Eide & Naper 2014, s. 55-56). Klimapolitikken og oljepolitikken har siden kommet mer i kontakt med hverandre (Sæther 2017, s. 386). Funnene i denne studien tyder på at denne trenden er forsterket. Olje og klima ses i svært stor grad i sammenheng i artiklene i utvalget, noe jeg vil utdype i kapittel 5.5. I samfunnet for øvrig er det flere ting som tyder på at skillet mellom oljepolitikk på den ene siden og klimapolitikk på den andre, er i ferd med å viskes ut. Skal verden ha en sjanse til å begrense global oppvarming til 1,5-2 grader celsius, er det behov for «rapid and deep and in most cases immediate GHG emission reductions in all sectors», ifølge FNs klimapanel (IPCC 2022c, s. 32). Det er ikke rom for mer olje, kull og gass om verden skal unngå katastrofal global oppvarming. Det internasjonale energibyrået IEA og FN (Holst 2021; IEA 2021) er derfor blant aktørene som med stadig større tydelighet understreker at olje, kull og gass må fases ut raskt for å bremse klimaendringene, og dermed setter klima- og oljepolitikk i sammenheng. FNs generalsekretær António Guterres sier rett ut at alle land som øker sin produksjon av fossil energi, utgjør en fare for verden. «Climate activists are sometimes depicted as dangerous radicals. But the truly dangerous radicals are the countries that are increasing the production of fossil fuels. Investing in new fossil fuels infrastructure is moral and economic madness», sa han i forbindelse med lanseringen av den tredje delrapporten av FNs klimapanel sjettede hovedrapport (United Nations 2022). Denne krasse kritikken er også rettet mot Norge, hvor leting etter og produksjon av olje og gass fortsetter som før.

Den sittende Støre-regjeringen viderefører det norske klimaparadokset i sin politikk, der mantraet er å «utvikle, ikke avvike petroleumssektoren» (Hurdalsplattformen 2021, s. 26). I regjeringserklæringen slår Arbeiderpartiet og Senterpartiet fast at de vil «[l]egge til rette for et stabilt aktivitetsnivå på norsk sokkel av olje- og gassvirksomhet» (Hurdalsplattformen 2021, s. 26). Samtidig vil de blant annet «[s]ørge for at Norge leder an i det internasjonale klimaarbeidet på områder hvor vi har fortrinn», «[t]a internasjonalt lederskap ved å etablere en klimasatsing som fremskynder finansieringen og utbyggingen av fornybar energi og climateknologi i utviklingsland», og «[g]jøre Norge til en pådriver for en ambisiøs internasjonal avtale som sikrer mer bærekraftig forvaltning av naturen» (Hurdalsplattformen 2021, s. 78). Regjeringen vil altså fortsette med en stabil olje- og gassproduksjon hjemme, og samtidig finansiere klimasatsinger i utviklingsland. Alt er

imidlertid ikke som før. Støre-regjeringen legger *også* opp til dyre kutt innenlands – i større grad enn tidligere.

Rammene for klimapolitikken i Norge har endret seg fra 2010-tallet til 2020-tallet.

Klimaforliket på Stortinget i 2008 satte som mål å «kutte i de globale utslippene av klimagasser tilsvarende 30 prosent av Norges utslipp i 1990» fram til 2020 (Miljødirektoratet 2022b). Formuleringen «globale» innebar at mye av kuttene kunne tas gjennom kvotehandel og utslippskutt i utlandet. I tillegg skulle opptak av CO₂ i skog og landareal medregnes (Miljødirektoratet 2022b). Det endelige målet ble derfor «at klimagassutslippene skal reduseres til mellom 46 og 48 millioner tonn i 2020, uten bidrag fra skog og arealbrukssektoren» (Miljødirektoratet 2022b). Det betyr i praksis at målet var å redusere de faktiske utslippene i Norge med rundt 6 prosent fra 1990 til 2020 (Sæther 2017, s. 359). Det målet ble ikke nådd (Martiniussen 2021). Klimamålet for 2030 er tøffere. Norge vil « redusere utslippene av klimagasser med minst 50 prosent og opp mot 55 prosent i 2030 sammenlignet med nivået i 1990» (Miljødirektoratet 2022a). Dette innebærer blant annet at Norge «vil redusere de ikke-kvotepliktige utslippene med 45 prosent gjennom innenlandske tiltak», men «[u]tslippsgapet kan dekkes inn ved nasjonale utslippsreduksjoner og gjennom ulike former for fleksibilitet», for eksempel kvotekjøp og kreditter fra skog- og arealbruk (Miljødirektoratet 2022a). Det innebærer også at målet for utslippskutt i kvotepliktig sektor er på «totalt 43 prosent reduksjon i utslipp i 2030 sammenlignet med 2005.

Europakommisjonen har foreslått å øke målet til 61 prosent reduksjon i 2030 sammenlignet med 2005» (Miljødirektoratet 2022a). Olje- og gassektoren er en del av kvotepliktig sektor, og blir derfor ikke spart for utslippskutt frem mot 2030. I tillegg er olje- og gassektoren den enkeltsektoren med høyest utslipp i Norge, tilsvarende 28 prosent av alle norske utslipp (Miljødirektoratet 2021). Skal klimamålene nås, er det nødt til å kuttes noe på utslipp fra olje- og gassproduksjon på norsk sokkel. Det nye klimamålet tvinger dermed politikerne, samfunnet og mediene til å se klimaendringene og olje mer i sammenheng, og ta utslipp fra oljesektoren med i klimaplanene. Det samme gjør regjeringen Støres ambisjon om å nå netto null klimagassutslipp i Norge innen 2050, selv om «[d]et er foreløpig uklart hvordan regjeringen definerer netto null, og hvordan målet skal oppnås» (Lahn 2022).

Det norske klimaparakset ble utfordret i valgkampen 2021. Debatten om hvorvidt Norge bør lete etter mer olje og gass eller ikke, ble den dominerende debatten på klimafeltet i

valgkampen. Som jeg skal vise i kapittel 5.5, ble nei til mer olje- og gassleting det viktigste kravet om klimahandling fra enkelte parter i debatten. Det er en posisjon som har fått økt støtte siden 2013-valget.

Kapittel 3 Metode

I dette kapitlet vil jeg redegjøre for den metodiske framgangsmåten i oppgaven, og begrunne metodevalget. Jeg vil drøfte noen styrker og svakheter med forskningsdesignet. Til sist vil jeg vurdere mulighetene for å generalisere funnene i denne studien.

3.1 Kvantitativ innholdsanalyse og fremgangsmåte

For å få et overblikk over hvordan den totale dekningen av en sak har vært i en gitt tidsperiode, i dette tilfellet klimadekningen i valgkampen 2021, er kvantitativ innholdsanalyse en egnet metode (Østbye et al. 2013, s. 207 og 209). Det er også metoden Eide og Naper benyttet i sin studie. «Kvantitativ innholdsanalyse inkluderer ofte forsøk på å finne fram til underliggende (latente) former og meninger i teksten» (Østbye et al. 2013, s. 211). Metoden bør derfor være egnet til å vise tendenser og mot-tendenser i klimadekningen i valgkampen 2021, og til å besvare problemstillingen. Metoden innebærer «datagenerering og analyseteknikker som søker mot en systematisk, objektiv og kvantitativ beskrivelse av innholdet i et budskap» (Østbye et al. 2013, s. 208). Jeg gjorde innhenting av datamateriale gjennom mediedatabasen Retriever, og samlet datamaterialet i statistikkprogrammet IBM SPSS Statistics 27. SPSS ble siden brukte til å gjennomføre analyser av datamaterialet.

For at en studie skal ha god validitet og reliabilitet, bør den være transparent. På den måten kan leseren forstå hvordan forskningen har skjedd, og fremgangsmåtene kan gjentas i en ny undersøkelse (Skovsgaard & Svith, 2014, s. 75). Derfor vil jeg gjøre en gjennomgang av fremgangsmåten i det følgende.

3.1.1 Avgrensninger og utvalg

«Et grunnleggende ledd i prosessen [...] er å avgrense populasjonen» (Østbye et al. 2013, s. 215). En slik avgrensning foregår gjerne i to steg: «Hvilke medier [...] skal vi velge, og hvilke kanaler» (Østbye et al. 2013, s. 215). I arbeidet med å avgrense populasjonen, holdt jeg meg så nær Eide og Napers 2013-studie som mulig, for å få sammenlignbare resultater. I sin studie så de på klimadekningen i ni aviser; Aftenposten, VG, Klassekampen, Dagsavisen, Dagens Næringsliv, Vårt Land, Nordlys, Bergens Tidende og Stavanger Aftenblad (Eide & Naper 2014, s. 47). Dette utvalget gir en bredde og variasjon på tvers av riksaviser,

regionsaviser og meningsaviser (Eide & Naper 2014, s. 47). «Ni aviser av Norges mer enn 220 er ikke mange, men i utvalget har vi mange av Norges største, samt en viss spredning på omnibus- versus meningsaviser», begrunner Eide og Naper (2014, s. 47). Begrunnelsen står seg godt til min studie. For Eide og Naper (2014, s. 47) var det særlig viktig å få med regionsavisen Nordlys, «i og med at kampen om oljeboring i Lofoten og Vesterålen har vært høyt på den politiske dagsordenen i flere år, og var en sentral konfliktsak i den rødgrønne regjeringen». Dette poenget var ikke viktig for denne studien, da vern av Lofoten og Vesterålen mot oljeboring ikke lenger diskuteres i særlig grad i norske aviser. Det var ingen artikler i avisa Nordlys i 2021-utvalget som omhandlet temaet. Nordlys er likevel inkludert i utvalget for å skape sammenlignbare resultater og geografisk spredning. Jeg har imidlertid gjort to endringer i utvalget av aviser. Jeg er ansatt som journalist og vaktsjef i Vårt Land, og valgte derfor å fjerne avisen fra utvalget for å unngå habilitetsutfordringer. Jeg byttet den ut med Nationen, begrunnet med at det er en annen meningsbasert avis som kommer ut med samme hyppighet som Vårt Land. I tillegg mener jeg Eide og Napers studie har en geografisk blindsoner fordi den mangler en regionsavis fra Trøndelag. Jeg har derfor lagt til Adresseavisen i mitt populasjonsutvalg. Totalt står jeg igjen med et utvalg på følgende ti aviser: Aftenposten (Ap), VG, Klassekampen (KK), Dagsavisen (DA), Dagens Næringsliv (DN), Nordlys (NL), Bergens Tidende (BT), Stavanger Aftenblad (SA), Nationen (Nat) og Adresseavisen (Adr).

Tidsperioden som dekkes i en kvantitativ innholdsanalyse, bør ha sammenheng med problemstillingen (Østbye et al. 2013, s. 215). Min problemstilling omhandler stortingsvalgkampen, og tidsperioden bør dekke denne. Stortingsvalget i 2013 var mandag 9. september. Eide og Naper (2014, s. 45) valgte å undersøke tidsperioden 15. august til 15. September, 26 dager før valget og seks dager etter valget, og begrunnet det med å få dekket valgkampinnspurten og noen dager med oppsummering etterpå. I 2021 var stortingsvalget 13. september. For å få tilsvarende utvalg, som inkluderer artikler fra 26 dager før valget og seks dager etter valget, er datainnsamlingsperioden for denne studien fra 19. august til 19. september 2021. Tidsperioden gir et rikt og omfattende datamateriale som er egnet til å svare på problemstillingen. Men perioden som undersøkes er likevel begrenset. Et søk som startet før sommeren, kunne fått med dekningen av sommerens ekstremvær. Et søk som startet 9. august, kunne fått med seg den mest intensive dekningen av IPCC-rapporten som

ble lansert samme dag. Jeg vurderte å starte søket 9. august for å få et bedre bilde av betydningen av rapporten, men utvalget var allerede omfattende, og det hadde blitt mye ekstraarbeid av å kartlegge ti dager til med relevante artikler i forskningsarbeidet. Jeg kunne endt perioden på valgdagen 13. september isteden, og dermed bare fått fire ekstra dager å kartlegge. Men da ville ikke lenger datamaterialet vært sammenlignbart med Eide og Napers, og det ville jeg unngå. Ved å holde utvalgsperioden lik, er det også lettere for andre å gjenta studien etter stortingsvalgene i 2025, 2029 og fremover i tid.

To viktige valg i en kvantitativ studie, er å bestemme enhet, og avgrense enhetene som skal registreres (Østbye et al. 2013, s. 212). I denne studien er enhetene *artikler* fra det nevnte utvalget aviser, men det er kun de artiklene som er relevante for klimadekningen i valgkampen som registreres. Derfor utarbeidet jeg en søkestreng til bruk i Retriever, for å finne de artiklene som er relevante å analysere for å besvare problemstillingen. Den endelige søkestrengen ble som følger: «klima* AND (val* OR regjering* OR stortingsval*)». Den er ganske lik den Eide og Naper brukte, men med tre endringer. Der Eide og Naper brukte «valg*», endret jeg til «val*» for å få med nynorske resultater i utvalget. Det førte til flere irrelevante treff på artikler med ord som «valuta» og «valnøtter», som måtte siles ut fra utvalget, men også relevante nynorske treff som ikke hadde kommet med ellers. Jeg la også til ordet «stortingsval*» for å få med flere relevante resultater. Eide og Naper (2014, s. 47) brukte i tillegg en søkestreng der ordet «klima*» var byttet ut med «global oppvarming». Jeg gjorde noen prøvesøk, og fant at «global oppvarming» ga få treff, og bare 15 treff der ordet «klima*» ikke også var nevnt. Bruken av frasen har tilsynelatende avtatt de seneste årene. Derfor ekskluderte jeg «global oppvarming» fra min søkestreng. Søkestrengen jeg brukte ga 1207 treff i de ti avisene i utvalget i søkeperioden. Underveis i datainnsamlingen luket jeg ut treffene som ikke handlet om både valg og klima, og treff som ble vist to ganger (en gjenganger for treff i Dagsavisen). Til slutt sto det igjen 927 registrerte artikler.

3.1.2 Variabler, kategorier og kodebok

For å gjøre analysen systematisk, trengs det regler for behandling av materialet. De defineres i en kodebok, som viser hvordan hver enhet kodes (klassifiseres) for de ulike variablene (Østbye et al. 2013, s. 208). Jeg fikk tilsendt Eide og Napers kodebok av Eide. Den ga en fullstendig oversikt over variablene og kategoriene de brukte i sin studie, og jeg tok

utgangspunkt i denne da jeg utarbeidet kodeboken til denne studien. Eide og Naper opererte med 20 variabler. Jeg endte på 22 variabler, utarbeidet for best mulig å svare på problemstillingen. Se den vedlagte kodeboken for en komplett oversikt i vedlegg 1: Kodebok med kodeinstruks. Variablene beskriver både tekstenes form og innhold, og inkluderer flere volummål, noe det nesten alltid er nyttig å ha med, ifølge Østbye et al. (2013, s. 218). Det er ofte ikke nok å telle antall innslag for å få et inntrykk av hvilke temaer som dominerer, det trengs også mål for å vekte størrelse (Østbye et al. 2013, s. 218). Slike volummål viser hvordan avisene har prioritert og vektet ulikt stoff. Under arbeidet med kodeboken, foretok jeg flere runder med testkoding av utvalget, og justerte da jeg så behov for flere kategorier, eller opplevde variabler og kategorier som overflødige. Følgende variabler er felles for begge studiene: *ID-kode, avis, dato, norsk tittel på artikkel, forsidehenvisning, klimarelevans, størrelse, sjanger, kilder, kjønn på kilder, tema1* (hovedtemaet i en artikkel), *tema2* (det første klimarelaterte temaet som nevnes etter tema1) og *tema3* (det første klimarelaterte temaet som nevnes etter tema2), *type forsker (hvis relevant), politisk parti (hvis relevant) og miljøorganisasjon (hvis relevant)*. Av disse 16 variablene, har jeg gjort justeringer i kategoriene på flere. For variabelen *størrelse* la jeg til to ekstra kategorier, for å få fem alternative artikkel-størrelser istedenfor tre. Det kan være forskjell i prioritering og arbeidsmengde bak en artikkel som er 600 ord eller større, og en som er 1500 ord eller større. Jeg ønsket å tydeliggjøre forskjellene for å få fram prioriteringene til avisene med flere nyanser. For variabelen *sjanger* har jeg gått andre veien, og opererer med 9 kategorier istedenfor 12. Det var svært få artikler av typen *bakgrunn* i utvalget, og de var alle plassert på nyhetsseksjonen i de aktuelle avisene. Dermed sløyfet jeg *bakgrunn*, og kodet de aktuelle artiklene som *nyheter* isteden. Videre opererte Eide og Naper med fem ulike kategorier for meningsstoff, inkludert *leserbrev* og *kronikk*. Det kan være krevende å skille mellom ulike typer meningsinnhold i aviser, da det ikke alltid merkes tydelig. Dessuten mener jeg det er tilstrekkelig å skille mellom lederartikler, redaksjonelt produsert meningsinnhold og eksternt produsert meningsinnhold for å svare på problemstillingen. Derfor ble *leserbrev* og *kronikk* sløyfet som kategorier, mens de tre kategoriene *leder, kommentar eller analyse av intern journalist/kommentator (signert) og kommentar eller debattinnlegg fra eksternt* ble stående. I hver artikkel har jeg kodet for inntil tre klimarelaterte temaer. Eide og Naper opererte med kun 12 kategorier for *tema1, tema2* og *tema3*, i tillegg til muligheten for å kode blankt. Under testkodingen oppdaget jeg behov for å inkludere flere alternativer til klimarelevante

temaer, og endte med 20 kategorier, i tillegg til muligheten for å kode blankt. Utover det har jeg fjernet fire av Eide og Napers variabler, og lagt til seks egne. Variabelen *tittel oversatt til engelsk* er fjernet fordi den er irrelevant for denne helnorske studien. Variabelen *seksjon*, som viser til hvor i avisa artikkelen er plassert, er fjernet etter en vurdering om at den ikke er nyttig for å svare på problemstillingen. Variabelen *nyhetskilde*, som viser til om artikkelen er produsert av et nyhetsbyrå, av desken, av utegående reportere eller frilansere, er byttet ut med en variabel som koder for om artikkelen er en *NTB-artikkel* eller ikke (ja/nei). Andre nyhetsbyråer ble ikke brukt i utvalget, og det er vanskelig å avgjøre hva slags type redaksjonelle medarbeidere som har laget en artikkel, basert på informasjonen fra Retriever. Det er imidlertid relevant å se i hvor stor grad redaksjonene lener seg på NTB-stoff i dekingen av klima i valgkampen, for å se i hvor stor grad de prioriterer å lage egen journalistikk.

Den siste variabelen som er fjernet, er *kildens holdning til IPCCs konklusjoner*. Såkalt falsk balanse i klimajournalistikk, der mediene lar klimafornektende få tilnærmet like mye plass i artikler som klimaforskere, var lenge et problem i flere land. Boykoff og Boykoff (2004) fant at 53 prosent av nyhetsartiklene om klimaendringer i New York Times, Washington Post, Los Angeles Times og Wall Street Journal mellom 1988 og 2002 hadde falsk balanse, og dermed ga inntrykk av at det var større usikkerhet rundt menneskeskapte klimaendringer enn det var. Norske funn tyder på at falsk balanse ikke var like utbredt her. Duarte (2010, s. 46) fant at det i 2009 var kritiske stemmer mot IPCC og klimaforskningen i 8 prosent av den norske klimadekingen hun undersøkte. 73 prosent var positive til IPCC, mens 20 prosent var nøytrale (Duarte 2010, s. 46). Det er først nylig at norske mediehus har tatt bevisste valg om å begrense tilgangen til klimafornektende i spaltene, og styre unna falsk balanse. Derfor er andelen som er kritiske til klimaforskning og IPCC sannsynligvis enda lavere i dag enn i 2009. Da NRK startet opp en egen klimaredaksjon i 2020, erklærte de at «NRK skal unngå falsk balanse» (Rommetveit 2020). Og i 2019 skrev Bergens Tidende at de ikke «kan bidra til å spre feilinformasjon og konspirasjonsteorier», og at de ville unngå falsk balanse (Bjerkestrand 2019). Sannsynligvis var klimaskepsis og falsk balanse mer utbredt i 2013, og kildens holdning til IPCCs konklusjoner var derfor mer relevant den gangen. I 2021 konkluderte IPCC for første gang med det klimaendringene *uten tvil* er menneskeskapte, og kildens holdning til IPCCs konklusjoner er ikke lenger relevant. Derfor er variabelen sløyfet.

Av de fem variablene som er lagt til i tillegg til NTB-variabelen, er noen inkludert for å gi mer utdypende informasjon, som *antall kilder og navn på kilde*. De tre siste variablene som er lagt til, er: *Er første delrapport av IPCCs siste hovedrapport nevnt (ja/nei)? Er IEAs veikart til nullutslipp i 2050 nevnt eller vist til (ja/nei)? Henvises det til sommerens ekstremvær (ja/nei)?* Disse er inkludert for å vise hvorvidt disse aktuelle rapportene og hendelsene har hatt innvirkning på klimasakens plass i valgkampen.

I kodeboken er egenskapene til kategoriene definert så tydelig som mulig, for det er gjennom dem «vi skaper eller ødelegger et eventuelt samsvar mellom tekstene og det kodede materialet (definisjonsmessig validitet). Uten et slikt samsvar kan ikke de mest raffinerte analysene si noe om innholdet i mediene» (Østbye et al. 2013, s. 216). Hver variabel skal ha gjensidig utelukkende kategorier, slik at hver enhet bare kan kodes for én og én kategori per variabel (Østbye et al. 2013, s. 217). For de fleste variablene er dette uproblematisk, men for andre variablene er det mer krevende. Enkelte temakategorier, som *skog* og *natur*, er for eksempel ikke gjensidig utelukkende. «Skal vi beholde kategoriseringen – og det er ofte fornuftig – må vi utdype kategoriene», skriver Østbye et al. (2013, s. 217). I kodeboken er det derfor presisert at *skog* er skogbruk som industri og skog som klimatiltak, og alt annet naturrelatert skal kodes under *natur*. Det er gjort tilsvarende presiseringer for alle kategorier der det er nødvendig.

3.2 Fordeler og ulemper med utvalg

I valg av utvalg, hadde jeg to hovedveier å velge mellom. Jeg kunne ta for meg all klimadekning i perioden, eller jeg kunne ta for meg all klimadekning knyttet til valget og valgkampen. Den første veien kunne vist hvilken plass klima hadde i nyhetsbildet generelt denne måneden, og fanget opp andre strømninger. Den andre veien viser mer spesifikt hvordan klima var en del av, og påvirket, selve valgkampen, i form av utspill, posisjonering og prioriteringer fra politikere og andre samfunnsaktører. Om jeg hadde valgt den første veien, måtte jeg ha begrenset tidsperioden mer, ettersom et søk på bare «klima*» i Retriever i samme tidsperiode og med de samme ti avisene gir 1705 treff, istedenfor 1207 treff. En mer begrenset tidsperiode ville gitt et mindre fullstendig bilde av valgkampdekningen over lengre tid, men kanskje et mer fullstendig bilde av klimadekningen i en kortere periode. På den annen side var det hovedsakelig klimadekningens plass i valgkampen jeg var interessert i. Og ettersom jeg ønsket å få resultater som er

sammenlignbare med Eide og Napers, endte jeg med samme veivalg som de gjorde for åtte år siden.

3.3 Metodiske styrker og svakheter

3.3.1 Metodevalg og validitet

Det viktigste er at «metodevalg må reflektere hva man faktisk ønsker å finne ut» (Tjora, 2017, s. 17). Jeg ønsket å finne ut hvordan norsk presse dekket og prioriterte klimasaken i valgkampen 2021. Er kvantitativ innholdsanalyse den beste måten å finne ut av dette på? Fordelen med metoden er at den kan gi et større oversiktsbilde over et stort utvalg artikler – i dette tilfellet 927 artikler. Ved bruk av andre metoder som kvalitative tekstanalyser, må forskeren begrense seg til et mindre utvalg, og det blir vanskeligere å si noe om større tendenser og mot-tendenser i mediebildet. Utforming av kodebok og variabler, gjort rede for tidligere i kapittel 3, legger grunnlaget for å kunne besvare spørsmålet om dekning og prioriteringer. Metoden er derfor egnet til å besvare problemstillingen. Det er mulig det hadde gitt enda bedre svar å kombinere den med en eller flere andre metoder. «Hvis man kan bakke sine konklusjoner opp via data fra forskjellige metoder, [...] har man et langt sterkere argument for, at de er valide» (Skovsgaard & Svith, 2014, s. 74). To andre metoder er derfor vurdert brukt i kombinasjon med kvantitativ innholdsanalyse for denne studien. Den ene var å gjøre en grundigere tekstanalyse/diskursanalyse/retorisk analyse av enkelte tekster i utvalget. Den andre var å gjøre kvalitative forskningsintervjuer med redaksjonelle medarbeidere i de ti avisredaksjonene i utvalget, for å spørre hvordan de dekket og prioriterte klima i valgkampdekningen. Ifølge Tjora (2017, s. 17) må «datagenereringen [...] frambringe mest mulig relevant og pålitelig informasjon uten unødig bruk av forskerens og deltakerens tid og ressurser». Vurderingen min var at tekstanalyse sannsynligvis hadde gitt for lite gevinst i forhold til tids- og ressursbruk. Kvalitative dybdeintervjuer var mer aktuelt, da disse kunne ha komplementert og utdypet funnene fra den kvantitative studien på en god måte. Man bruker kvalitative dybdeintervjuer «der man vil studere meninger, holdninger og erfaringer» (Tjora 2017, s. 114). I denne studien hadde det å høre redaktørens erfaringer med klimadekningen i valgkampen vært relevant for å besvare problemstillingen. Likevel ble disse to metodemulighetene skrinlagt fordi den kvantitative undersøkelsen var så omfattende og tidkrevende at det ikke ble rom til flere forskningsmetoder innenfor rammene av en masteroppgave.

«Kvaliteten af forskerens konklusioner står og falder med graden af validitet i undersøgelsen. [...] Validitet er knyttet til at drage stærke, troværdige og overbevisende konklusioner» (Skovsgaard & Svith, 2014, s. 61-62). Nøkkelen for å lykkes med dette, er å overbevise om at metodebruken fører til gyldige funn (Skovsgaard & Svith, 2014, s. 63). Selv om jeg bare benytter én metode til egen datainnsamling, gjør jeg flere grep for å styrke gyldigheten av funnene. Det er en klar fordel at jeg kan sammenligne mine funn med Eide og Napers, da sammenligningen er et nyttig analyseredskap som viser tendenser og mot-tendenser over lengre tid. Det gjør det mulig å se hvordan klimadekkingen og enkelte journalistiske prioriteringer endret seg fra 2013 til 2021. I analysedelen tar jeg i bruk tekstutdrag fra artiklene i utvalget for å underbygge argumentasjonen med kvalitative eksempler. Videre lener jeg meg på tidligere forskning og relevant teori for å forankre egen forskning, og sette den i kontekst. Jeg mener summen av dette bygger opp under «en logisk sammenheng mellom prosjektets utforming og funn, og de spørsmål man søker å finne svar på», og dermed skaper høy validitet (Tjora 2017, s. 231).

3.3.2 Intersubjektivitet, objektivitet og reliabilitet

«Reliabilitet handler om etterprøvbarehet - om de samme resultatene ville ha blitt funnet hvis studien var gjentatt av andre» (Silverman, 2001, s. 225, sitert i Skrede, 2016, s. 158). Det er som hovedregel lettere å etterprøve rene kvantitative studier enn kvalitative studier. Kvantitativ innholdsanalyse «søker mot en systematisk, objektiv og kvantitativ beskrivelse av innholdet i et budskap» (Østbye et al. 2013, s. 208). Objektiv i denne sammenheng innebærer å redusere betydningen av skjønn, og at materialet derfor må kunne kodes av flere kodere med omtrent samme resultat, et mål som kalles intersubjektivitet (Østbye et al. 2013, s. 208). Intersubjektiv enighet mellom flere kodere styrker studiens reliabilitet. Det krever «svært presise beskrivelser av variabler og kategorier» i kodeboken for å gjøre det mulig for flere kodere å oppnå samme resultat (Østbye et al. 2013, s. 208). For å teste om oppgaven kan gi intersubjektiv enighet, har to andre kodet et mindre utvalg av datamaterialet med hjelp av kodeboken. Først fikk en medstudent ved masterstudiet i journalistikk ved OsloMet, heretter omtalt som testkoder 1, tilsendt kodeboken og et utvalg på 20 artikler fra materialet, som hun deretter kodet. Etter at jeg hadde gjennomgått resultatene av hennes testkoding, forbedret og presiserte jeg beskrivelsene av variablene og kategoriene i kodeboken. Deretter sendte jeg den nye kodeboken og det samme utvalget på

20 artikler til en tidligere journalistikkstudent ved OsloMet, heretter omtalt som testkoder 2, som gjennomførte en ny testkoding av det samme materialet.

Totalt kodet testkoder 1 og jeg 81 prosent av materialet for de 20 artiklene likt (322 av 399 innføringer). Det varierte hvor likt vi kodet fra variabel til variabel, og jeg har regnet ut reliabilitetsmålet π for de ulike variablene. « π er et standardisert mål som varierer fra 0 til 1. Jo nærmere π er 1, jo mer konsistent er kodingen, og jo mer reliabel er variabelen» (Østbye et al. 2013, s. 222). Der hvor π er 1, har vi kodet helt likt. Testkoder 1 og jeg oppnådde π på 1 for variablene *avis*, *dato*, *tittel*, *sjanger*, *NTB*, *IPCC*, *IEA* og *ekstremvær*. Funnene fra disse variablene kan derfor regnes for å ha intersubjektiv enighet, og dermed god reliabilitet. Når det er få kategorier å velge mellom, blir det i alle tilfeller ganske stort samsvar, ifølge Østbye et al., og få kategorier kjennetegner flere av disse variablene (2013, s. 221). Andre deler av kodingen avdekket svakheter ved kodeboken og studien, som illustrerer at det for enkelte variabler i stor grad handler om skjønn. For variabelen som viser klimaets *relevans i saken* kodet testkoder 1 og jeg ulikt i syv av 20 artikler, og oppnådde en π på 0,44, til tross for at denne variabelen kun har tre kategorier, og man derfor kunne ventet en bedre π . I disse syv tilfellene mente testkoder 1 at klima var et *underordnet tema*. I fem av disse mente jeg klima var hovedtema. Det kan tyde på at hvordan vi vurderer klimarelevans i en sak, avhenger av hvordan vi definerer klima. Under egen datainnsamling var det i noen tilfeller vanskelig å vurdere om klima var *hovedsaken* eller bare *underordnet tema* i en artikkel. For eksempel i debattinnlegget «Spis den norske biffen og pølsa med god samvittighet!» i Adresseavisen (Grøthe 2021, 31. August). Der er klima premisset for debatten, og tar en viktig plass i innlegget, men det er i hovedsak et forsvar for hvorfor Norge bør være mest mulig selvforsynt med egenprodusert mat, der klima er et av flere argumenter. I slike tvilstilfeller avgjør jeg ved å se på inngangen til innlegget/artikkelen, i form av tittel, ingress og begynnelse av brødtekst. Hvis klima er innrammingen, setter jeg det som *hovedtema*. Hvis ikke, setter jeg det som *underordnet tema*. Med denne metoden endte jeg med å sette klima som hovedtema i det nevnte eksempelet. I noen tilfeller er det også vanskelig å vurdere om klima er et *underordnet tema*, eller *bare nevnt*. De gangene klima nevnes en gang i forbifarten i artikler og innlegg som handler om andre ting, er det lett å vurdere. Det er særlig i artikler og analyser som omhandler meningsmålinger og politisk spill at dette var krevende å avgjøre. Mange politiske kommentatorer brukte det at klimasaken var på

dagsorden som forklaringsmodell på miljøpartienes fremgang på meningsmålingene, og Senterpartiets tilbakegang. For eksempel gjør VG-kommentator Tone Sofie Aglen (2021b) det i analysen «Suksess gjør blind» og BT-kommentator Morten Myksvoll (2021) gjør det i kommentaren «Målingane gir desse to lite å smile for». Klimasaken er en del av analysene til dem begge, men i begrenset omfang. I begge disse artiklene konkluderer jeg med at klima bare er nevnt, men i enkelte saker er det nok en glidende overgang mellom *hovedtema* og *underordnet tema*, og mellom *underordnet tema* og *bare nevnt*, og forskeren må bruke skjønn. Derfor er det vanskelig å oppnå full reliabilitet for denne variabelen.

Den største svakheten i kodeboken og ved metoden, ligger i hvordan *tema1*, *tema2* og *tema3* kodes. For *tema1* kodet testkoder 1 og jeg ulikt i 10 av 20 artikler, men i syv av tilfellene hadde vi byttet plass på temaene – slik at vi begge hadde dem med, men på ulik plassering. Jeg hadde typisk plassert testkoderens *tema1* som *tema2* i mitt materiale. For *tema2* kodet vi ulikt i 17 av 20 artikler, med syv temaer på ulik plassering. For *tema3* kodet vi ulikt i 11 av 20 artikler, med to temaer på ulik plassering. Dermed oppnådde vi en π på 0,37 for *tema1*, en svært lav π på 0,004 for *tema2* og en π på 0,03 for *tema3*. Ifølge Østbye et al. (2013, s. 221) «skal det ved mange kategorier foretas en svært god koding for å komme høyt opp». Tema1, tema2 og tema3 har alle 20 kategorier å velge mellom, samt en 21. mulighet ved å la ruta være blank, og en lav π er derfor forventet. Likevel ønsket jeg å oppnå et bedre resultat, med høyere intersubjektiv enighet. Før jeg sendte det samme materialet til koding hos testkoder 2, presiserte jeg derfor beskrivelsene i kodeboken i tråd med egen kodepraksis. Det skapte bedre intersubjektiv enighet da testkoder 2 kodet det samme utvalget på 20 artikler. Totalt ble det en betydelig forbedring, da testkoder 2 og jeg kodet 89 prosent av utvalget likt (355 av 399 innføringer). Det var en forbedring for variabelen *relevans i saken*, hvor vi kodet ulikt i fem av 20 tilfeller, og oppnådde en π på 0,6 – opp fra 0,44. Den klareste forbedringen var på *tema1*. Der kodet vi ulikt bare 3 av 20 ganger – inkludert to tilfeller med tema på annen plassering. Dermed oppnådde vi en π på 0,8 for *tema1*, som er svært bra for en variabel med 20 kategorier, og en klar forbedring sammenlignet med resultatet for testkoder 1, der π var 0,37. Det var også en klar forbedring på *tema2* fra en svært lav π på 0,004 for testkoder 1 til en mye bedre π på 0,3 for testkoder 2. π forble 0,03 på *tema3* for begge testkoderne. Selv om en forbedret kodebok styrket

resultatene, og dermed også studiens reliabilitet, er tema-variablene fremdeles preget av skjønn. Det er vanskelig å unngå fullt og helt når det er så mange kategorier å velge mellom.

Det en fordel at datamaterialet er stort. Med hele 927 artikler i utvalget, er det mulig å se klare tendenser og mot-tendenser, selv med noe subjektiv rapportering. En annen styrke ved studien er at den kan gjentas av andre, fordi medietekstene som brukes i oppgaven er naturlig forekommende data som «eksisterer uavhengig av forskerens innblanding, samtidig som materialet normalt er offentlig tilgjengelig» (Skrede, 2016, s. 159). Det er derfor «mulig å hevde at tekster og dokumenter 'i prinsippet' er mer reliabelt enn for eksempel observasjoner» (Silverman, 2001, s. 229, sitert i Skrede, 2016, s. 159).

3.3.3 For mange «andre»?

Kategorien *Andre klimarelaterte saker* brukes i 12 prosent av alle registrerte kategorier for variablene *tema1*, *tema2* og *tema3* lagt sammen i datamaterialet. Det er en relativt høy andel. Østbye et al. (2013, s. 217) påpeker at andre-kategorier «lett blir lite interessante når vi kommer til analysen», og oppfordrer til å «sørge for at hovedtyngden av materialet ikke havner i slike kategorier». 12 prosent er ikke hovedtyngden av kategoriene for de tre variablene, men utgjør det likevel en svakhet ved studien? Andelen på 12 prosent kan indikere at kategoriene jeg har satt for disse variablene ikke fanger opp de klimarelaterte temaene i utvalget godt nok. Når kategorien *andre* blir brukt, skriver jeg i fritekst hvilket tema det er snakk om. En gjennomgang av fritekst-innføringene viser at de fleste temaene kun dukker opp 1-5 ganger i de 927 artiklene som er undersøkt. Dermed er ikke disse temaene store nok til å fortjene egne kategorier, eller til å utgjøre tendenser eller mot-tendenser i materialet som bør undersøkes nærmere. Det er imidlertid noen unntak. I fritekst har jeg notert temaene *CO2-avgift* 34 ganger, *strøm* 19 ganger, og *oljefondets klimarisiko/klimaprofil* 10 ganger. Det er flere ganger enn enkelte av de forhåndssette kategoriene blir brukt. For eksempel bruker jeg bare kategoriene *klimatilpasning* og *sirkulær økonomi* 7 ganger, og *sikkerhet* 9 ganger. Kanskje burde jeg ha inkludert *CO2-avgift* og *strøm* som kategorier i kodeboka, istedenfor å notere dem under «Andre klimarelaterte saker». Samtidig er 34 og 19 innføringer for enkelte temaer fremdeles få av det totale antallet temainnføringer på 1978. Og om funnene er relevante, kan de fremdeles brukes i analysen til tross for at de ikke er kodet som egne kategorier.

3.3.4 Ikke på nett

Norske mediekonsumenter har endret sine vaner betydelig siden 2013. Ifølge Norsk mediebarometer har andelen som leser papiravisen en gjennomsnittlig uke falt fra 76 prosent i 2013 til 43 prosent i 2020 (SSB 2021b). Det er et dramatisk fall på kort tid, og viser at langt flere leste papiraviser før stortingsvalget i 2013 enn før stortingsvalget i 2021. Samtidig var andelen nordmenn som leste nettaviser daglig oppe i 60 prosent i 2020 (SSB 2021a). Kanskje hadde det vært mer formålstjenlig å undersøke klimadekningen i valgkampen i nettaviser heller enn i papiraviser. Hovedargumentet mitt for å begrense undersøkelsen til papiraviser er å få mest mulig sammenlignbare funn med Eide og Naper. Men ettersom andelen papiravis-lesere har falt mens andelen nettavis-lesere har økt, kan det innebære at flere redaksjoner har endret måten de prioriterer nyhetsstoff til papir og nett. Spørsmålet er om det da i det hele tatt er mulig å få sammenlignbare resultater mellom nyhetsdekningen i 2013 og 2021 i de samme mediene uten å gjøre en mer helhetlig kartlegging av både nett og papir i både 2013 og 2021. Det er en altfor omfattende jobb for denne masteroppgaven. Derfor forsøkte jeg å danne et bilde av hvor mye av journalistikken som produseres til nett som også havner i papir i de ti avisene i utvalget, for å se om det er så stor overlapp at studien produserer gode, sammenlignbare resultater. Det mener jeg den gjør, basert på det jeg fant ut.

Jeg tok kontakt med de ti avisredaksjonene i studien, presenterte masteroppgaven, og stilte spørsmålet: Omtrent hvor stor andel av artiklene dere publiserer på nett, publiserer dere også på papir?¹ Svarene jeg fikk, viser et sprik. I den ene enden av skalaen er Klassekampen, viss digitale utgave er en nøyaktig kopi av papiravisen. Nationen anslår at 95 prosent av egenproduserte artikler havner i papiravisen. Dagsavisen opplyser at rundt 90 prosent av egenprodusert journalistikk havner i papiravisen. Dagens Næringsliv svarer mer omtrentlig at de fleste artiklene som publiseres digitalt kommer i avisen. Adresseavisen opplyser at nesten alle klimarelaterte valgsaker havnet i papiravisen. Nordlys anslår at rundt 70 prosent av alle nettartikler havner i avisen. Stavanger Aftenblad publiserte mellom 60 og 70 prosent av klimasaker fra nett på papir. I Bergens Tidende kompliserer direktestudio og samarbeid med andre aviser prosessen, og det produseres flere artikler til nett enn det er plass til i

¹ Kontakten med disse avisredaksjonene er ikke meldt inn til NSD. I samråd med veileder har jeg konkludert med at personvernet likevel er tilstrekkelig ivaretatt når svarene anonymisert, og direkte sitater er ekskludert.

papiravisen. I VG er andelen lav, og avisen representerer i så måte den andre enden av skalaen enn Klassekampen. VG anslår at halvparten av sakene når papiravisen i en eller annen form. Det er dermed en god del stoff som aldri blir å finne på papir. Også i Aftenposten havner omtrent halvparten av nett-sakene på papir, men det varierer med nyhetsbildet. Funnene i denne studien gjenspeiler sannsynligvis Klassekampens, Nationens, Adresseavisens, Dagens Næringslivs og Dagsavisens klimadekning i valgkampen på en god måte, og Nordlys og Stavanger Aftenblads på en brukbar måte, mens den er mindre fullstendig for aviser som Bergens Tidende, VG og Aftenposten.

3.4 Generalisering

Ekstern validitet handler om hvorvidt funnene i en studie er generaliserbare (Skovsgaard & Svith, 2014, s. 65). Tjora (2017, s. 238) slår fast at en eller annen form for generalisering er et mål i det meste av samfunnsforskning. Det er også et mål for denne masteroppgaven. Er det mulig å generalisere noen av funnene her? Generalisering innebærer at «[v]i trekker slutninger på grunnlag av utsagn, fakta eller data som på en eller annen måte kan dokumenteres, til mer helhetlige forståelser, sammenfatninger, forklaringer, hypoteser, teorier eller lignende» (Østbye et al. 2013, s. 231). Det finnes ulike måter å generalisere på. «Statistikkfaget forteller oss, [...] at vi med en kalkulerbar sikkerhet kan trekke visse slutninger» (Østbye et al. 2013, s. 231). For eksempel kan jeg slå fast med sikkerhet at mannlige kilder dominerte klimadekningen i ti aviser i valgkampen 2021, basert på statistiske funn i denne studien. Jeg kan også slå fast med sikkerhet at Miljøpartiet de grønne var det partiet som oftest snakket om klima, og at reportasjer var en lite brukt sjanger for klimadekningen i de ti avisene i perioden. En annen måte å generalisere på, er å komme fram til teorier og hypoteser basert på forskningen (Østbye et al. 2013, s. 231). «Da står det fortsatt igjen en usikkerhet om hvorvidt generaliseringene er sanne, men vi kan for eksempel legge fram et faktagrunnlag som underbygger (men ikke beviser) den generaliseringen vi kommer fram til» (Østbye et al. 2013, s. 231). Jeg kan bruke funnene i denne studien til å sannsynliggjøre at mannlige kilder dominerer all norsk klimadekning, selv om jeg bare undersøker en liten del av deknningen. Det samme prinsippet gjelder for alle funnene i denne studien. Selv om de bare tar for seg et utvalg av den norske klimadekningen i en kort periode, kan de sannsynligvis si noe om klimadekningen i norske medier i stort, og særlig om klimadekningen i norske valgkamper generelt. På den måten er

funnene i studien generaliserbare. Dette er særlig sannsynlig fordi «medietekster er i liten grad helt unike verk. Som regel inngår de i klasser av tekster som likner hverandre i uttrykk og innhold, og som har de samme funksjonene for mottakerne» (Østbye et al. 2013, s. 232). Det kommer tydelig fram i sammenligningen med funnene i Eide og Napers studie fra 2014. Medietekstenes – de journalistiske artiklene – likhet i uttrykk og innhold gjør at sammenligning av deknningen fra 2013 og 2021 mulig, og funnene som presenteres i kapittel 4 viser at mye er ganske likt i de to valgkampene. Det styrker argumentet for at funnene i denne oppgaven er generaliserbare. De kan si noe om både norsk klimadekning i pressen, norsk dekning av politikk, valgkamp og det politiske spillet, og hvordan klima dekkes av pressen i en politisk sammenheng i norske valgkamper. Utvalget med de ti avisene er imidlertid ikke tilfeldig utvalgt. De er valgt for å få med et representativt utvalg av både riksaviser, regionaviser og meningsbærende aviser i studien, og for å gi sammenlignbare resultater med Eide og Napers studie. Når utvalget ikke er tilfeldig, svekker det muligheten for generalisering (Østbye et al. 2013, s. 248-249). For eksempel sier ikke min studie noe om klimadekningen i valgkampen i lokalaviser, på TV eller radio. Derfor er det vanskelig å generalisere funnene i denne studien til å gjelde for alle norske medier. Men de kan si noe generelt om deknningen til norske riksaviser, meningsbærende aviser og regionsaviser.

Kapittel 4 Funn

I dette kapittelet vil jeg gi en deskriptiv gjennomgang av funnene i den kvantitative undersøkelsen. Der det er relevant, sammenlignes de med funnene i Eide og Napers undersøkelse av 2013-valget.

4.1 Økt dekning

Søk i Retriever kan tyde på at klimadekningen i valgkampen var lav i 2001 og 2005, før den stabiliserte seg på et høyere nivå i 2009, 2013 og 2017 (tabell 4.1). Deretter gjorde den et hopp i 2021, der antall artikler om klima og valg nesten doblet seg i forhold til tidligere år (tabell 4.1).

Tabell 4.1 viser antall treff på søkestrengen «klima AND (val* OR regjering* OR stortingsval*)» i en lik periode før og etter (26 dager før og 6 dager etter) alle stortingsvalgene på 2000-tallet i de ti avisene i oppgavens utvalg.*

	2001	2005	2009	2013	2017	2021
Antall treff:	95 (ingen treff i DA, SA eller Nat)	221 (ingen treff i Nat)	640	576	684	1207

Treffene i tabell 4.1 er ikke bearbeidet. I 2001 og 2005 kan det virke som at ikke alle artikler er tilgjengelige, da det mangler treff fra tre aviser i 2001 og én avis i 2005. Derfor er nok tallene for lave til å gjenspeile det faktiske bildet i disse årene. Etter å ha bearbeidet treffene for 2021, endte jeg med et fullstendig utvalg på 927 artikler. Etter at Eide og Naper hadde bearbeidet sitt utvalg, som er litt annerledes enn i denne oppgaven, endte de på et fullstendig utvalg på 406 artikler om klima og valg i 2013. Det ble skrevet betydelig flere artikler der klima ble nevnt i valgkampen i 2021 enn i 2013 og andre valgår på 2000-tallet (tabell 4.1).

Klima ble også prioritert høyere som tema enn helse og skole/utdanning i 2021, noe som ikke var tilfellet i 2013. Eide og Naper gjorde flere komparative søk i Retriever for å sammenligne omfanget av klimadekningen i valgkampen med «skole» og «utdanning», og «helse». I deres undersøkelse ga skole/utdanning 1201 treff i de ni avisene i samme periode,

mens helse ga 867 treff. Begge temaene fikk dermed langt større mediedekning enn klima i valgkampen i 2013. I 2021 er bildet et annet. Søkestrengen «helse* AND (val* OR regjering* OR stortingsval*)» gir 955 treff i de ti avisene som er en del av denne studien, færre enn klima. Søkestrengen skole* AND (val* OR regjering* OR stortingsval*) gir 791 treff, og utdanning* AND (val* OR regjering* OR stortingsval*) gir 402 treff – til sammen 1193, omtrent samme mengde som klima. Det kan tyde på at klimasaken var omtrent like viktig i medievalgkampen som skole/utdanning, og viktigere enn helse, til tross for at valget fant sted under covid-19-pandemien.

4.2 Hvem skriver hva?

Dagsavisen, Klassekampen og Aftenposten ligger på topp i klimadekningen i valgkampen i 2021, mens Nordlys og Adresseavisen har færrest artikler (tabell 4.2).

Tabell 4.2: Sjanger fordelt på aviser, alle artikler (N=927).

		Avis										Totalt
		DA	KK	Ap	BT	SA	DN	VG	Nat	Adr	NL	
Sjanger	Nyheter	53	42	51	42	39	29	33	38	29	28	384
	Kommentar fra eksternt	40	47	30	20	36	33	15	17	25	25	288
	Redaksjonell kommentar	29	13	18	20	10	13	19	11	12	10	155
	Leder	3	10	7	4	1	3	6	6	4	4	48
	Intervju	8	2	8	1	2	0	2	2	0	0	25
	Reportasje	1	2	1	4	1	1	1	0	0	1	12
	Portrett	0	2	2	0	0	1	2	0	2	0	9
	Kultur	0	3	1	1	0	0	1	0	0	0	6
Totalt	134	121	118	92	89	80	79	74	72	68	927	

Dagsavisen har nesten dobbelt så mange klimasaker som Nordlys (tabell 4.2). I Eide og Napers studie hadde også Aftenposten og Klassekampen flest saker, sammen med Bergens Tidende. I deres studie var det Nordlys og VG som hadde færrest oppslag.

Artiklene i utvalget er i all hovedsak skrevet av redaksjonelle medarbeidere eller av eksterne meningsyttere. Kun 61 artikler (7 prosent) er skrevet av nyhetsbyrået NTB. Litt mer enn to tredjedeler av artiklene er redaksjonelt innhold, mens i underkant en tredjedel er innsendt meningsinnhold, heretter kalt lesergenerert innhold. Nyheter ser umiddelbart ut til å være den dominerende sjangeren i utvalget (tabell 4.2). Men om lederartikler, redaksjonelle kommentarer og kommentarer fra eksterne slås sammen, utgjør meningsinnhold mer enn halvparten av alle artiklene i utvalget (53 prosent). Eide og Naper (2014, s. 49) så det samme i 2013, da meningsinnhold også utgjorde 53 prosent av alle artiklene.

Artiklene i utvalget er analysert for hvorvidt de i hovedsak handler om et klimarelatert tema, om klima er underordnet i artikkelen, eller om klima bare er nevnt.

Tabell 4.3: Sjangerkategorier fordelt på klimarelevans, prosent.

		Klima-relevans			Total
		Hovedsak	Underordnet	Nevnt	
Sjanger	Nyheter	48%	23%	30%	100%
	EksternKommentar	65%	17%	18%	100%
	InternKommentar	32%	25%	43%	100%
	Leder	42%	23%	35%	100%
	Intervju	20%	36%	44%	100%
	Reportasje	27%	45%	27%	100%
	Portrett	22%	22%	56%	100%
	Kultur	67%		33%	100%
Total		49%	22%	29%	100%

Klima var hovedsaken i halvparten av alle artiklene i utvalget, 454 stykker, mens klima var et underordnet tema i 202 av artiklene (22 prosent), og bare nevnt i 271 artikler (29 prosent) (tabell 4.3). Også i Eide og Napers (2014, s. 52) studie var klima hovedsaken i halvparten av utvalget de undersøkte.

Artikler der klima er prioritert i en viss grad (som hovedsak eller underordnet tema), er i flertall i alle de ti avisene, men med variasjoner. For VG har kun halvparten av artiklene i utvalget klima som hovedsak eller underordnet tema. Der skiller VG seg betydelig fra resten av utvalget, der andelen artikler med klima som hovedsak eller underordnet tema varierer fra 62 prosent (Nasjonen) til 84 prosent (Stavanger Aftenblad). Eide og Naper så ingen aviser som skilte seg ut slik VG gjør i dette utvalget. Ellers så de lignende variasjoner på andel artikler med klima som hovedsak eller underordnet tema, fra 62-63 prosent andel i Nordlys og Vårt Land til 84 prosent i Klassekampen (Eide & Naper 2014, s. 51).

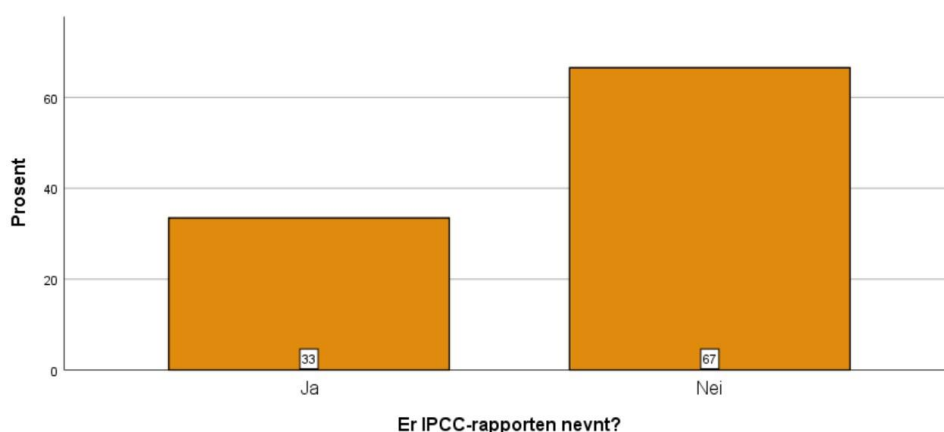
En av flere indikatorer på redaksjonelle prioriteringer, er om klimasaken omtales på lederplass. Samtlige aviser har skrevet én eller flere ledere som nevner klima (tabell 4.2). Av 48 ledere, har 20 klima som hovedtema. Her er alle aviser representert, med unntak av Stavanger Aftenblad. Av 15 ledere i Eide og Napers 2013-studie (2014, s. 50), hadde syv klima som hovedtema, og blant disse var Stavanger Aftenblad den gang den eneste avisen med to ledere.

Hvor ofte klima er hovedtema i en artikkel, varierer mellom ulike sjangre. Eksterne kommentarer er den sjangeren med høyest andel klima som hovedsak (65 prosent), hvis man ser bort fra kultur – hvor det kun er seks artikler registrert (tabell 4.3). Interne kommentarer, skrevet av redaksjonene selv, er det flest av der klima bare er nevnt (43 prosent) (tabell 4.3). For ledere, derimot, er det flest der klima er hovedtema (tabell 4.3). For nyheter har rundt halvparten av sakene klima som hovedsak, i likhet med utvalget som helhet (tabell 4.3). Men i sjangrene intervju, reportasje og portrett har kun en lav andel klima som hovedsak (tabell 4.3).

4.3 FN-rapporten ble hyppig sitert

9. august offentliggjorde FNs klimapanel (IPCC) del én av sin sjettede hovedrapport om klimaendringer (AR6). Jeg var interessert i å finne ut av i hvilken grad FN-rapporten bidro til å sette klima på dagsorden i valgkampen. Jeg har derfor undersøkt hvorvidt artiklene i utvalget nevner rapporten fra FNs klimapanel eller ikke. Utvalget starter 19. august, ti dager etter at FN-rapporten ble lansert. Likevel er det tydelig at rapporten har satt spor. Den er nevnt i 232 artikler, tilsvarende en fjerdedel av hele utvalget. Rapporten spiller en mer framtrødende rolle i de 454 artiklene der klima regnes som hovedsak, hvor FN-rapporten nevnt i en tredjedel av sakene (tabell 4.4).

Tabell 4.4: Andel artikler (prosent) som nevner IPCCs siste klimarapport når klima er hovedtema i saken (N=454).



For å få et sammenligningsgrunnlag, undersøkte jeg hvorvidt to andre viktige klimanyheter fra tidligere på året var en del av klimadekningen i valgkampen. En rapport om veien til nullutslipp innen 2050 fra Det internasjonale energibyrået IEA kom i mai 2021, og satte i

gang en debatt om hvorvidt Norge bør fortsette å lete etter mer olje og gass. Sommeren var preget av omfattende ekstremvær på flere kontinenter, og fikk stor medieoppmerksomhet i Norge i juni og juli 2021. Men disse to sakene satte ikke samme preg på valgkampen i mediene som rapporten fra FNs klimapanel. IEA-rapporten og sommerens ekstremvær er nevnt i henholdsvis 5 og 4 prosent av artiklene i utvalget. I artiklene hvor klima regnes som hovedsaken, er de nevnt i henholdsvis 9 og 8 prosent av artiklene.

4.4 Få forsideoppslag

Av utvalgets 927 artikler, er 59 hovedoppslag på forsiden, mens 175 har fått en mindre henvisning (tabell 4.5).

Tabell 4.5: Forsideinnganger fordelt på hvorvidt klimarelevans, antall (N=927).

		Relevans			Total
		Hovedsak	Underordnet	Nevnt	
Forside	Hovedoppslag	20	15	24	59
	Liten inngang	61	47	67	175
	Ikke nevnt	373	140	180	693
Total		454	202	271	927

Dette høye antallet er imidlertid misvisende, fordi mange av disse handler om meningsmålinger, posisjonering og politisk spill, der klima bare er nevnt i artikkelen. Av de 59 hovedoppslagene på forsiden i utvalget, handler 27 om politisk spill og 9 om meningsmålinger. Blant artiklene der klima regnes som hovedsak, er det 20 hovedoppslag og 61 forsidehenvisninger (tabell 4.5). Til sammenligning var det 11 hovedoppslag på forsiden i Eide og Napers (2014, s. 52) utvalg blant de 202 artiklene med klima som hovedtema. Det betyr at 6 prosent av artiklene med klima som hovedtema ble hovedoppslag på forsiden av avisen i 2013. I 2021 er det tilsvarende tallet 4 prosent, altså lavere. Blant de 20 oppslagene med klima som hovedtema, fantes ingen i VG og Adresseavisen i perioden. Stavanger Aftenblad har flest med fem av disse oppslagene, Dagsavisen har fire og Klassekampen har tre. Nordlys, DN og BT har to hver, mens Aftenposten har ett.

Det er flest oppslag med klima som hovedsak, seks stykker, som handler om olje og gass.



Eksempler på forsideoppslag med olje og gass som tema. Klassekampen 19.08.21, Stavanger Aftenblad 01.09.21 og Stavanger Aftenblad 08.09.21.

Fire klimaoppslag handler om politisk spill, blant annet hvem som vant og tapte på at det ble et klimavalg. I tillegg handler to om meningsmålinger.



Eksempler på forsideoppslag om klima og politisk spill. Dagsavisen 09.09.21, Dagsavisen 15.09.21 og Bergens Tidende 15.09.21.

Tre oppslag handler om fornybar energi – alle om vindkraft.



Forsideoppslag om fornybar energi. Stavanger Aftenblad 3. september, Stavanger Aftenblad 7. september og Nordlys 10. September.

Utover det inneholder utvalget enkeltoppslag om samferdsel, reiseliv, klimademonstranter, klimatilpasning og oljefondet.

4.5 Størrelse

Flertallet av artiklene i utvalget (610 stykker) er kategorisert som middels store (liten middels eller stor middels) (tabell 4.6). Her finner vi mye av den løpende nyhetsdekningen og kommentarjournalistikken. 120 artikler er kategorisert som store, og 43 av artiklene som langlesing - et lengdeformat som gjerne benyttes til reportasjer, portretter, helgestoff og dyptgående bakgrunnssaker (tabell 4.6).

Tabell 4.6: Størrelse på artikler fordelt på klimarelevans, antall (N=927).

		Klima-relevans			Total
		Hovedsak	Underordnet	Nevnt	
Størrelse	Liten (færre enn 400 ord)	96	33	25	154
	Liten middels (400-700 ord)	158	57	91	306
	Stor middels (700-1000)	143	74	87	304
	Stor (1000-1500)	43	28	49	120
	Langlesing (mer enn 1500 ord)	14	10	19	43
Total		454	202	271	927

- Blant artiklene hvor klima regnes som hovedsak, er det 96 små artikler, 301 artikler av middels størrelse, 43 store artikler, og 14 langlesingssaker (tabell 4.6).

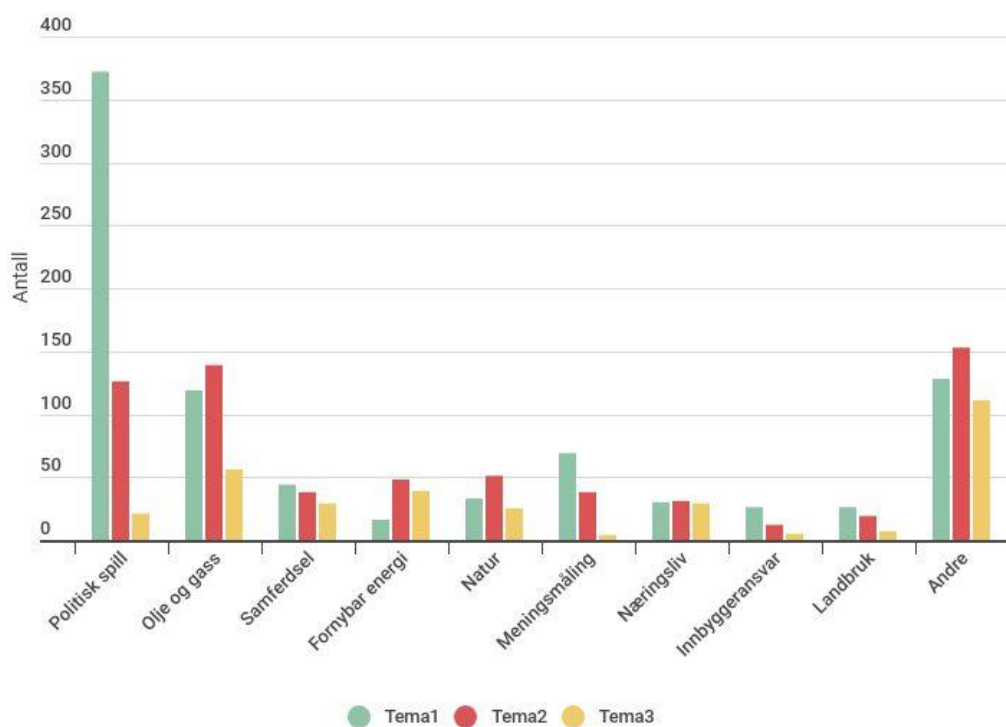
- Blant artiklene hvor klima bare er nevnt, er det 25 små artikler, 178 artikler av middels størrelse, 49 store artikler og 19 langlesingssaker (tabell 4.6).

Det er altså adskillig flere lange artikler der klima bare er nevnt, til tross for at det totalt sett er færre artikler i denne kategorien.

4.6 De vanligste temaene

Artiklene er analysert for hvilke klimarelaterte temaer som dominerer, og det er kartlagt inntil tre temaer i hver artikkel. Tema1 er det mest fremtredende temaet i en artikkel – det som forekommer i tittel/ingress/bildetekst/inngang på saken. Det gir en indikasjon på hva artikkelen i hovedsak handler om. Tema2 og tema3 er de som følger senere, i kronologisk rekkefølge. Enkelte saker har flere enn tre temaer, men da er bare de tre første temaene registrert. Enkelte saker har kun ett tydelig tema, og da er det ikke kodet for noe tema2 tema3. I noen artikler der klima bare er nevnt, finnes det ikke et klimarelatert tema1. I de tilfellene er ikke tema1 brukt. Flertallet av tema-kategoriene som er brukt i Eide og Napers studie og i denne er ulike, som redegjort for i kapittel 3.1. De to største kategoriene i begge studiene er imidlertid de samme; *politisk spill* og *olje og gass*.

Tabell 4.7: Antall ganger et tema er nevnt fordelt på tema1, tema2 og tema3. Kategoriene med færrest innføringer er i denne tabellen lagt inn i andre-kategorien (N=1978).

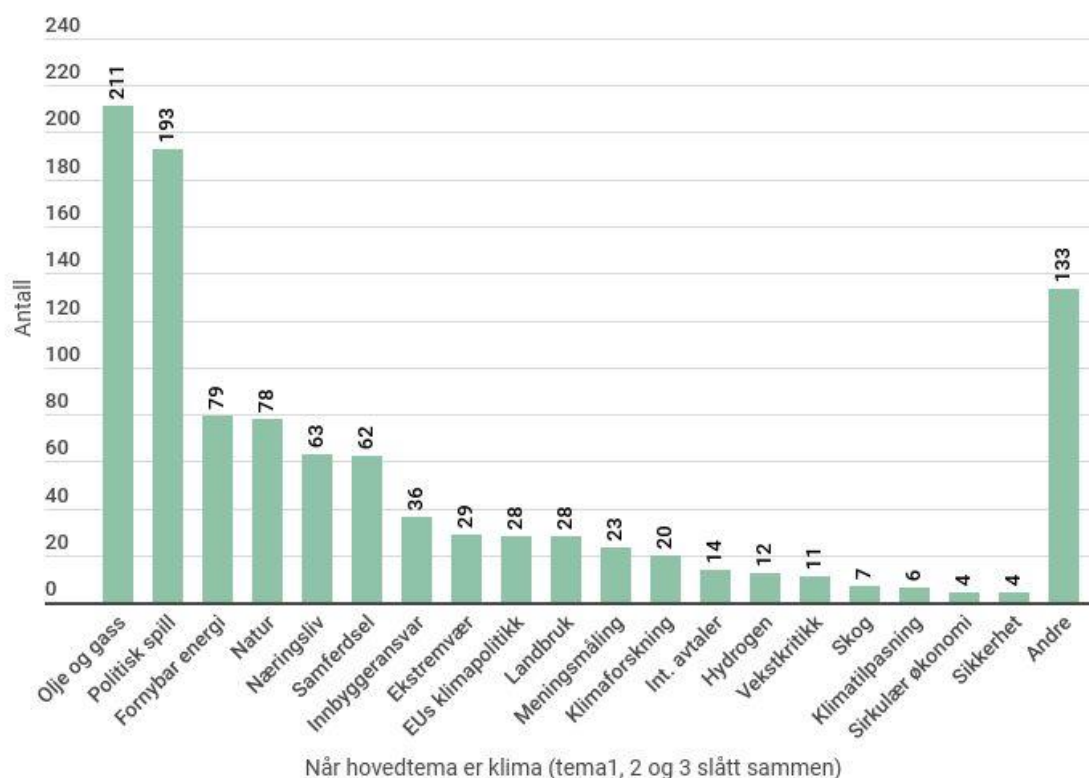


Temaet *politisk spill* er det som forekommer klart oftest i utvalget, 552 ganger (27 prosent) på tvers av tema1, tema2 og tema3 (tabell 4.7). Dette er noe lavere enn for Eide og Napers (2014, s. 54) studie, der politisk spill står for hele 35 prosent av alle registrerte temaer. Eide og Naper hadde imidlertid færre kategorier å velge mellom for tema1, tema2 og tema3, og det kan være en del av forklaringen på hvorfor en høyere prosentandel av artiklene i deres utvalg havnet i kategorien politisk spill enn i mitt. Etter politisk spill følger temaet *olje og gass*, som forekommer 344 ganger i utvalget i denne studien (17 prosent) (tabell 4.7). Også i Eide og Napers studie var olje og gass det temaet som dukket opp nest flest ganger, etter politisk spill, men prosentandelen står ikke spesifisert i artikkelen.

Samferdsel, natur, fornybar energi, meningsmåling og andre klimarelaterte temaer er de andre temaene som forekommer mer enn 100 ganger totalt i utvalget (tabell 4.7). Temaene som dukker opp minst, færre enn 20 ganger, er *sikkerhet, skog, klimatilpasning, hydrogen, sirkulær økonomi, vekstkritikk og internasjonale avtaler/møter*.

Politisk spill er temaet som forekommer klart oftest som *tema1* (40 prosent) (tabell 4.7). Det samme observerte Eide og Naper (2014, s. 53) for stortingsvalget i 2013, da politisk spill utgjorde 42 prosent av tema1-kategoriene. Med politisk spill menes «de konkurrerende regjeringalternativene og kampen mellom partiene for posisjoner» (Eide & Naper 2014, s. 53), herunder politiske utspill, kritikk av politiske motstandere og deres forslag, diskusjon om politiske samarbeidspartnere, analyser av det politiske landskapet og partienes framgang eller tilbakegang. I en klimasammenheng betyr det at disse sakene handler om det politiske spillet enten rundt klimapolitikk eller med klimaendringene som en ramme. For eksempel brukes klimasakens plass i valgkampen til å forklare Senterpartiets fall og klimapartiernes (MDG, SV og V) fremgang på meningsmålingene. Klima påvirker også debatten rundt hvilke partier som vil samarbeide i regjering, og skaper spekulasjoner om hvorvidt samarbeid er mulig når partiene står langt fra hverandre på klima. Jeg analyserer det politiske spillet i klimavalgkampen mer inngående i kapittel 5.4.

Tabell 4.8: Antall ganger et tema er registrert når klima er hovedsak. Tema1, tema2 og tema3 er her slått sammen (N = 1041).



Temaene er ulikt fordelt på artikler hvor klima er hovedsaken, underordnet eller bare nevnt når tema1, tema2 og tema3 slås sammen. Der klima er hovedsaken, er det *olje og gass* som er det dominerende temaet (21 prosent), etterfulgt av *politisk spill* (19 prosent) (tabell 4.8). Det viser at Norges petroleumsproduksjon er det klimarelaterte temaet som ble klart mest omtalt og diskutert i valgkampen. Dette er en endring fra Eide og Napers (2014, s. 52) studie, der politisk spill var klart største tema også når klima var hovedsaken, med olje som nummer to. Det var flere saker knyttet til olje og gass som dominerte nyhetsbildet i valgkampen 2021. Den overordnede debatten var for eller imot videre norsk olje- og gassleting. På tampen av valgkampen foreslo regjeringen å legge om oljeskatten. Også denne olje-relaterte saken dominerte nyhetsbildet og utvalget. Jeg analyserer oljedebattens plass i valgkampen mer utdypende i kapittel 5.5.

4.7 De fremtredende stemmene

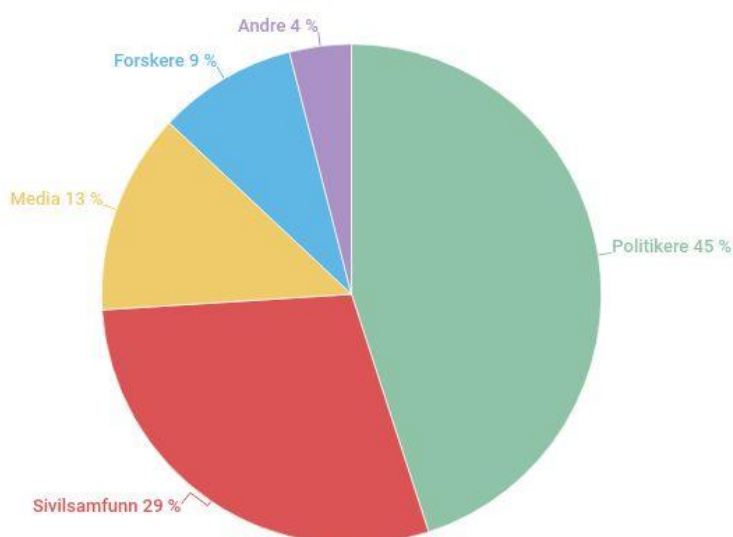
Hvilke stemmer som dominerte i klimasakene i valgkampen, er også analysert, både for kjønn og type kilde.

4.7.1 Hvilke grupper dominerer?

Det er klart flest politikere blant kildene; 45 prosent (tabell 4.9). Journalister og redaksjonelle medarbeidere utgjør nest flest med 13 prosent (tabell 4.9), og disse er hovedsakelig kilder i redaksjonelt meningsinnhold på kommentar- og lederplass. Med grasrot menes borgere/innbyggere som er intervjuet i kapasitet av å være borger/innbygger. Denne gruppa utgjør 9 prosent av utvalget, tett etterfulgt av forskere. Deretter følger næringslivsaktører og andre (ikke klima/miljø) organisasjoner på 8 prosent hver. Representanter fra klima- og miljøorganisasjoner utgjør kun 4 prosent av kildene i utvalget, til tross for at dette er organisasjoner som søker å påvirke politisk handling i nettopp klimasaken. Dette er en nedgang fra 2013, hvor representanter fra klima- og miljøorganisasjoner utgjorde 10 prosent av kildene (Eide & Naper 2014, s. 61).

Hvis vi slår sammen næringsliv, organisasjoner og grasrot til samlekategorien sivilsamfunn, blir fordelingen av kilder i hele utvalget som vist i tabell 4.9. Denne fordelingen ligner på Eide og Napers funn (2014, s. 59), der politikere utgjorde 44 prosent av kildene, sivilsamfunn 33 prosent av kildene, og forskere 12 prosent av kildene. Andelen medie-kilder og andre kilder er ikke oppgitt i Eide og Napers studie.

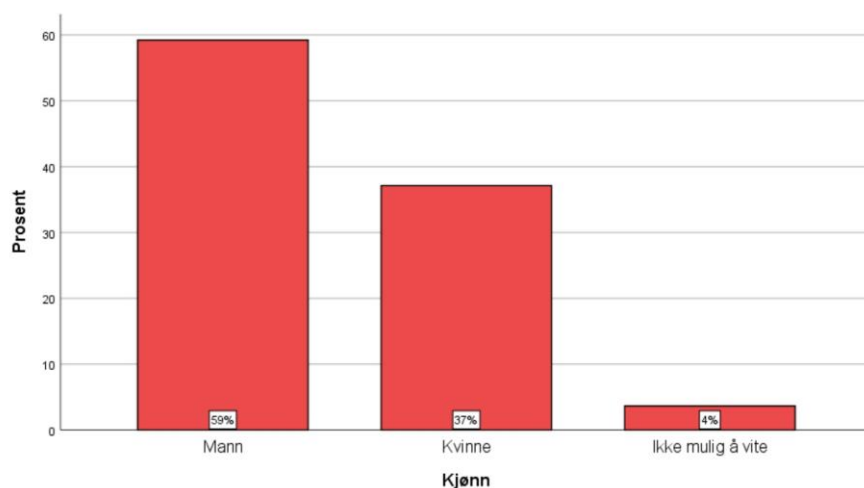
Tabell 4.9. Type kilder i utvalget, prosent (N=1859).



4.7.2 Kjønn

Det er et klart flertall av mannlige kilder i utvalget (tabell 4.10). Av totalt 1859 kilder, er 1101 menn og 690 kvinner. Fordelingen med 59 prosent menn og 37 prosent kvinner (tabell 4.10), utgjør en jevnere kjønnsfordeling enn i norske papiraviser generelt. I 2020 var kvinneandelen blant kilder i norske aviser på 27 prosent, ifølge en OsloMet-undersøkelse (Jakobsen 2021). Kvinneandelen er også betydelig høyere enn i Eide og Napers (2014, s. 60) tilsvarende studie fra 2013, hvor kun 23 prosent av kildene var kvinner. Kildene i utvalget er likevel langt unna å utgjøre en jevn kjønnsbalanse.

Tabell 4.10. *Kjønnsfordeling av kilder i utvalget, prosent (N=1859).*



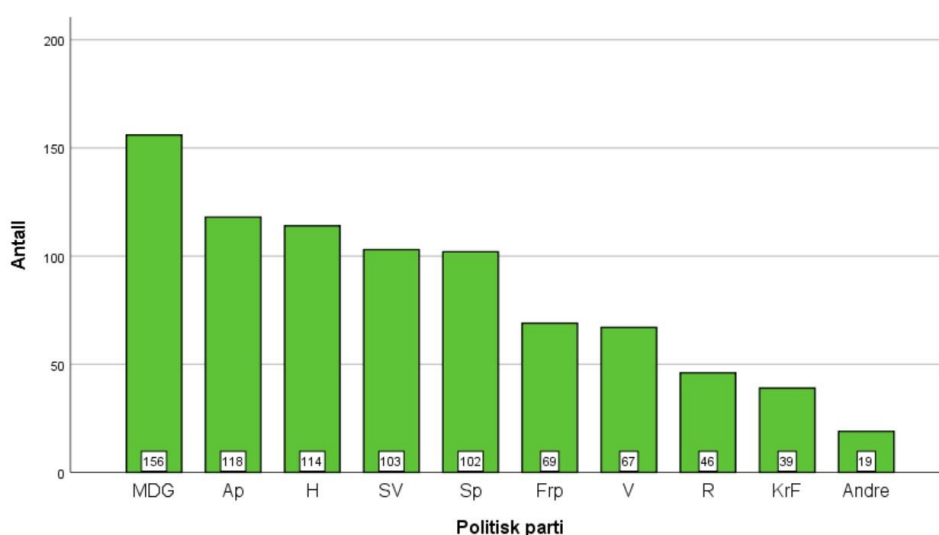
Eide og Naper (2014, s. 60) så en «mannsdominans på alle felt, inkludert politikere, miljøorganisasjoner og samfunnsborger». De mente noe av forklaringen for mannsdominansen «kan være at lederne for flere av de største NGO-ene i feltet, er menn, samt at SV-lederen og Miljøpartiet De Grønnes fremste kandidater er/var menn» (Eide & Naper 2014, s. 60). Jeg ser også en mannsdominans på alle felt, men det varierer hvor sterk den er mellom ulike typer kilder. For eksempel er kjønnsbalansen spesielt svak blant forskerkildene og næringslivskildene i utvalget. Kun 18 prosent av forskerkildene er kvinner, mens 82 prosent er menn. Kun 19 prosent av næringslivskildene er kvinner, mens 77 prosent er menn. Kjønnsfordelingen er jevnere for representantene fra miljøorganisasjonene, selv om det er verdt å merke seg at denne kildegruppen er relativt liten. 41 prosent av representantene fra miljøorganisasjonene er kvinner, mens 58 prosent er menn. Enda litt jevnere er kjønnsbalansen for politikere, som utgjør den største enkeltgruppen av kilder i utvalget. 43 prosent av de politiske kildene er kvinner, mens 57

prosent av de politiske kildene er menn. For to av partiene, Høyre og MDG, er kvinnelige kilder i flertall. En mulig forklaring på at kjønnsbalansen er noe forbedret fra 2013 til 2021 kan skyldes at flere kvinner var i politiske lederposisjoner og aktive på klimafeltet i 2021, som for eksempel MDG-leder Une Bastholm, MDG-kandidat Lan Marie Berg og Høyres olje- og energiminister Tina Bru, som alle er mye brukt som kilder i utvalget.

4.7.3 Politiske partier

De 833 politiske kildene i utvalget er registrert etter partitilhørighet (tabell 4.11). Samtlige av de ni partiene som sitter på Stortinget er representert med kilder i utvalget, men det er forskjell på hvor mye representanter fra de ulike partiene deltar i klimadebatten (tabell 4.11). Politikere fra Miljøpartiet de grønne opptrer som kilder flest ganger (156), mens politikere fra Rødt (46) og KrF (39) opptrer færrest ganger (tabell 4.11).

Tabell 4.11. Antall kilder fra ulike politiske partier i hele utvalget (N=833).



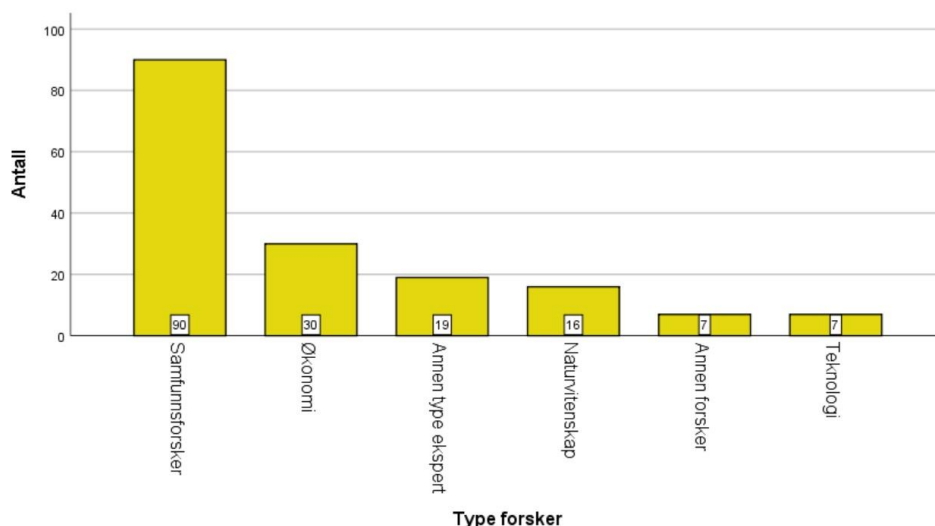
Også i Eide og Napers studie er MDG partiet som opptrer klart mest. I begge studiene utgjør de 19 prosent av de politiske stemmene. Også i 2013 er KrF og Rødt partiene som opptrer minst, sammen med Høyre (Eide & Naper 2014, s. 60). Ellers er fordelingen av partiene ganske ulik. For mens Høyre er blant de tre minst siterte partiene i 2013-valget, er det blant de tre mest siterte partiene i 2021-valget (tabell 4.11). Også Arbeiderpartiet har styrket seg i forhold til 2013, da de var femte mest sitert bak både MDG, SV, V og Sp (Eide & Naper 2014, s. 60). Det kan tyde på at de to største partiene Ap og H har blitt mer proaktive i klimadebatten de siste åtte årene. Senterpartiet og Venstre har falt bakpå i forhold til 2013,

da de var henholdsvis tredje og fjerde mest sitert (Eide & Naper 2014, s. 60). Frp ligger på samme plassering i begge valgene, men de lå bak Venstre i 2013.

4.7.4 Naturvitere i mindretall

Forskerne i utvalget er fordelt på hva slags type forskning de driver med (tabell 4.12).

Tabell 4.12. Antall forskere fordelt på type forsker (N=168).



Samfunnsforskere er den forskertypen som brukes mest som kilde i utvalget (tabell 4.12).

Mange av disse er valgforskere, som kommenterte utviklingen i valgkampen og resultatene etter at valget er avholdt. Blant de 19 *annen type ekspert*, er det flertall av analytikere og tallknusere som jobber med meningsmålinger og valganalyser. *Økonomiforskere* er den nest mest siterte forskertypen (tabell 4.12). De ble brukt både i den overordnede debatten for/imot videre oljeleting, men også spesifikt debatten rundt SSB-rapporten og Rystad Energy-rapporten om hvorvidt lavere norsk olje- og gassproduksjon fører til globale utslippskutt eller ikke, som jeg beskriver i kapittel 5.5. Selv om klimaendringene er kjent og forstått takket være naturvitenskapelig forskning, er det få naturvitere som er sitert i utvalget (tabell 4.12). Fordelingen mellom samfunnsforskere og naturvitere vitner om at valgforskningen står mer sentralt enn klimaforskningen i medienes dekning av klima i valgkampen.

4.7.5 Valgkampens heteste navn

Alle kildene er registrert med navn, slik at det går an å se hvilke enkeltpersoner som opptrer hyppigst som kilde i utvalget. Daværende statsministerkandidat Jonas Gahr Støre er den som er brukt flest ganger som kilde (tabell 4.13). På plassene bak følger andre politikere,

både daværende regjeringsmedlemmer, partiledere og stortingskandidater. Blant dem som er kilde 10 ganger eller flere (24 kilder), er det 19 politikere, to valgforskere (Johannes Bergh og Johan Giertsen) og tre kommentatorer (Tone Sofie Aglen i VG, Kjetil B. Alstadheim i Aftenposten og Hege Ulstein i Dagsavisen).

Tabell 4.13. De 11 mest brukte kildene i utvalget.

	Navn på kilde	Antall ganger brukt som kilde
1.	Jonas Gahr Støre (Ap)	36
2.	Lan Marie Berg (MDG)	28
3.	Sveinung Rotevatn (V)	26
3.	Une Bastholm (MDG)	26
3.	Audun Lysbakken (SV)	26
6.	Tina Bru (H)	23
7.	Lars Haltbrekken (SV)	22
7.	Arild Hermstad (MDG)	22
9.	Erna Solberg (H)	19
10.	Sylvi Listhaug (Frp)	16
10.	Bjørnar Moxnes (R)	16

For flere funn og data, se vedlegg 2: Tabelloversikt med funn.

Kapittel 5 Analyse og drøftinger

I dette kapitlet gjør jeg en utdypende analyse av hovedfunnene i studien for å besvare oppgavens problemstilling, og drøfter dem ved hjelp av teoretisk litteratur og eksempler fra artiklene i utvalget. Der det er relevant, trekker jeg veksler på funnene i Eide og Napers undersøkelse av 2013-valget.

5.1 Klimavalget som ble kapret

Funnene viser at klimasaken spilte en større og viktigere rolle i mediene i valgkampen enn ved tidligere stortingsvalg (tabell 4.1). Men ble det et klimavalg? Diskusjonen satte sitt preg på avisdekningen på tampen av utvalgsperioden. «[E]tter hvert som stemmene ble talt opp mandag kveld og natt, begynte den grønne spiren så smått å visne. [...] Det ble ikke noe av en historisk stor grønn gruppe på Stortinget», skrev Dagsavisen-kommentator Hege Ulstein etter at valgresultatet var klart (2021a). Med en oppslutning på 16,1 prosent, gjorde miljøpartiene SV, V og MDG samlet sett sitt beste valg siden 2001 (Tvedt 2022). Alle de tre partiene gikk fram sammenlignet med stortingsvalget i 2017 (Tvedt 2022). Det var likevel ikke nok til å få sterk politisk innflytelse, og ingen av de tre partiene endte i regjering. Med 3,9 prosent gjorde Miljøpartiet de Grønne sitt beste stortingsvalg noensinne, og fikk inn rekordmange tre representanter, men havnet likevel under sperregrensen med særdeles liten margin. At MDG ikke klarte sperregrensen etter en valgkamp preget så mye av klima, var en overraskelse for mange. Mads Motrøen, leder for politiske målinger i Norstat, sa til Aftenposten at MDG på forhånd lå an til å klare sperregrensen med god margin, og kalte resultatet en skikkelig smell for partiet (Iversen & Nipen 2021). Da valgresultatene tikket inn på valgkvelden, sa Elisabeth Ivarsflaten, professor i statsvitenskap ved Universitetet i Bergen, til Aftenposten at valget ikke så ut til å få den klimaprofilen som ventet. «Det kan se ut som om man har overestimert utfallet av miljødimensjonen i målinger og analyser i forkant», var hennes slutning (Iversen & Nipen 2021). Enkelte eksperter, som Ivarsflaten, mente klimapartiernes fraværende brakseier kunne skyldes at mange unge, klimaengasjerte velgere ikke stemte ved valget (Iversen & Nipen 2021). Nyvalgt stortingspolitiker Rasmus Hansson (MDG) mente derimot at andre partier «cashet inn» på at MDG bidro til å holde klimasaken høyt på dagsorden (Lillo-Stenberg 2021). «Store partier med store apparater fikk bråhast med å tilpasse seg vår analyse og retorikk. Jeg ser ikke bort fra at det funknet, og at de klarte å demme opp for velgerflyten til oss», sa han til Klassekampen etter at

valgnederlaget var et faktum (Henmo 2021). Hansson fikk støtte i denne analysen av Hege Ulstein, som omtalte det som en velkjent, politisk dynamikk. «Når de store partiene ser at en sak begynner å bevege velgere, sørger de for å ta tak i den. De forsøker – og lykkes ofte – i å gjøre den til sin» (Ulstein 2021a).

Funnene i denne studien bekrefter begge de store partiene, Arbeiderpartiet og Høyre, snakket mye om klima i valgkampen – henholdsvis nest mest og tredje mest etter Miljøpartiet de grønne (156 ganger sitert) (tabell 4.11). 118 ganger er politikere fra Ap sitert i artiklene i utvalget, mens Høyre-politikere er sitert 114 ganger (tabell 4.11). Det er litt flere ganger enn SV-politikere (103 ganger sitert), og langt flere enn V-politikere (67 ganger sitert) (tabell 4.11), selv om SV og V definerer seg som tydeligere som miljøpartier enn Ap og Høyre gjør. Dette er en klar endring fra stortingsvalget i 2013. Også den gangen var MDG det meste siterte partiet, men avstanden ned til Arbeiderpartiet og Høyre var stor, og flere andre partier lå imellom (Eide & Naper 2014, s. 60). SV var sitert 44 ganger, Senterpartiet 28 ganger, mens Venstre og Ap lå likt på 23 siteringer, og Høyre bare var sitert 14 ganger (Eide & Naper 2014, s. 60). Det kan tyde på at både Arbeiderpartiet og Høyre har hatt som strategi å ha en tydeligere stemme i klimasaken i 2021 enn ved stortingsvalget i 2013. Særlig Aps statsministerkandidat Jonas Gahr Støre var offensiv på å snakke om klima i valgkampen. Han opptretr klart flest ganger som kilde av alle kildene i utvalget, og er sitert 36 ganger (tabell 4.13). Det er nesten dobbelt så mange ganger som motkandidaten til statsministerjobben, Erna Solberg, som opptretr som kilde 19 ganger (tabell 4.13). Det er også mer enn de mest profilerte klimapolitikere i Norge, fra MDG, SV og V (tabell 4.13). Støres (2021) syn på klima- og miljøsaken kom tydelig fram i et innlegg han skrev i Dagens Næringsliv i innspurten av valgkampen, med tittelen *Klima som ramme for all politikk*. Der skriver han blant annet at det er bra at «vår tids største utfordring» har havnet «øverst på dagsordenen også i Norge». Slik oppsummerer han Arbeiderpartiets tilnærming til saksfeltet i innlegget:

For Arbeiderpartiet er klima og natur rammen rundt all politikk vi skal gjennomføre. Derfor finner man ikke klimapolitikken bare ett sted i vårt program. Klima og natur er en avgjørende del av hele vårt politiske prosjekt. Det gjelder også politikken som når langt utover våre landegrenser (Støre 2021).

Denne tilnærmingen og retorikken kan ha truffet velgere som mente klima var en viktig sak i valget. Hege Ulstein (2021a) konkluderte i sin kommentar med at 2021 faktisk ble et klimavalg, til tross for at MDG ikke klarte sperregrensen. Hun pekte istedenfor på at andre partier, og særlig Arbeiderpartiet, kuppet klimasaken (Ulstein 2021a). Analyser av stortingsvalget i 2021 tyder på at hun har rett i det.

17. mars 2022 lanserte Institutt for samfunnsforskning (IFS) og Statistisk sentralbyrå (SSB) første del av velgerundersøkelsen for stortingsvalget i 2021, som blant annet viser hva velgerne oppga som viktigste sak ved valget. Funnene etterlater liten tvil om at stortingsvalget 2021 var et klimavalg. *Miljø* er den saken flest velgere (30 prosent) oppgir som den viktigste saken i valget, etterfulgt av *skatter og avgifter* (18 prosent), *sosial utjevning* (15 prosent), *helse* (15 prosent) og *distriktpolitikk* (14 prosent) (SSB 2022). Velgerundersøkelsen for 2021 gir også noen svar på hvordan MDG kunne havne under sperregrensen til tross for at det ble et klimavalg. «Undersøkelsen viste at MDG tapte mye av sitt sakseierskap om miljø. SV styrket derimot sitt. Men Ap har nå nesten like stor troverdighet på feltet» (Hoel & Lindvåg 2022). Det tyder på at Arbeiderpartiet lyktes med å ta sakseierskap til klimasaken i valgkampen, og delvis kapret klimavalget fra de tradisjonelle miljøpartiene – muligens sammen med Høyre – noe funnene i denne studien understøtter. I 2013 mente mange politikere at «klimasaken er en dårlig mediesak og ikke noe man kan vinne valg på» (Eide et al. 2014, s. 14). Høyre, Arbeiderpartiet og Støres aktive deltakelse i klimadebatten i utvalget tyder på at dette har endret seg til 2021. Maks 16 av de 30 prosentene som hadde miljø som viktigste sak i valget stemte på et av miljøpartiene MDG, V og SV. Minst 14 av de 30 prosentene som hadde miljø som viktigste sak stemte på et annet parti. Arbeiderpartiets offensive tilnærming til klima i valgkampen kan ha hjulpet dem med å innkassere seieren i klimavalget 2021.

5.2 Valgkampens agendasetter

IFS og SSB har gjennomført grundige valganalyser ved hvert stortingsvalg siden 1957, med unntak av i 1961 (Aardal 2003, s. 3). Kun én gang før, i 1989, har miljø stått høyere på dagsorden enn ved valget i 2021. Tor Bjørklund (2020, s. 47) kaller valget i 1989 for Norges første miljøvalg, da hele 37 prosent av velgerne oppga miljø som viktigste sak.

Oppslutningen om miljø/klima var også stor i 2009 og 2017, da 20 prosent oppga miljø som viktigste sak (SSB 2022). Men ved stortingsvalget i 2013 – som Eide og Naper undersøkte –

oppga kun 14 prosent miljø som viktigste sak (SSB 2022). Det kan være en av forklaringene på at klima fikk mindre mediedekning i 2013 enn i 2021 (tabell 4.1). Det at klima var en viktig sak for velgerne, kan ha bidratt til at klimadekningen var så omfattende ved stortingsvalget 2021. Men påvirkningen kan også ha skjedd motsatt vei. Hall et al. (1978, s. 62, sitert i Schlesinger 1990, s. 67) påpekte at «[c]oncentrated media attention confers the status of high public concern on issues which are highlighted; these generally become understood by everyone as 'pressing issues of the day'. This is part of the media's *agenda-setting* function». Medienes dekning av klima i valgkampen kan ha skapt en oppfatning i folket om at klimaendringene var det største 'pressing issues of the day'. Dette synet får støtte av Allern (2001, s. 47), som slo fast at nyhetsmedienes dekning av det politiske feltet innebærer «en definisjonsmakt til å avgjøre hva og hvem som har offentlighetens interesse. Nyhetsmediene influerer kanskje ikke alltid på hva vi mener, men har uten tvil stor innflytelse på hva vi mener noe om». Den omfattende mediedekningen av klimasaken i valgkampen som denne studien viser, kan derfor ha bidratt til at flere velgere gjorde seg opp en mening om klima og oppfattet klimasaken som spesielt viktig. Dermed kan klimadekningen ha vært en medvirkende årsak til at hele 30 prosent av velgerne oppga miljø som sin viktigste sak. Kanskje hadde tallet vært lavere om ikke klima hadde dominert medievalgkampen.

Men hvorfor ble klima så fremtredende i mediene og i valgkampen? Som redegjort for i kapittel 2.2, er det en rekke nyhetskriterier som gjør seg gjeldende for hva som blir en nyhetssak og når. Klima blir først og fremst dekket når det skjer klimarelaterte punkthendelser som passer inn i nyhetsmedienes frekvens, samtidig som ingen andre kriser tar all oppmerksomheten. I august var det dalende oppmerksomhet rundt koronapandemien, strømkrisen hadde enda ikke satt inn for fullt, og Russlands aggresjon mot Ukraina begynte først å få medieoppmerksomhet i november. Dermed var det rom for at klimaendringene kunne ta plass i nyhetene. «Ulike nyhetsmedier, på et gitt tidspunkt eller over en viss periode, har en tendens til å legge lik vekt på bestemte temaer og samfunnsspørsmål» (Dearing og Rogers 1996, sitert i Allern 2001, s. 59). Dette skjedde i valgkampen, da et samlet pressekorps la vekt på klimaendringene. Men hvorfor ble det akkurat klima, akkurat før stortingsvalget? Allern (2001, s. 59) påpeker at «[d]agsordensetting arter seg som en interaksjon mellom mediens dagsorden og andre

aktører». Funnene i denne studien tyder på at en ekstern aktør, FNs klimapanel, fungerte som agendasetter for pressen (tabell 4.4). Rapporten panelet lanserte 9. august fikk stor medieoppmerksomhet verden over (Boykoff et al. 2022a). Selv om utvalget for denne studien starter 19. august – ti dager etter at rapporten ble lansert – setter den sitt klare preg på utvalget. Den er nevnt i totalt 232 artikler, en fjerdedel av alle artiklene i utvalget. Der klima er hovedsaken, blir IPCC-rapporten nevnt i en tredjedel av artiklene (tabell 4.4). Nyhetskriteriene som ble vist til i kapittel 2.2 kan gi en forklaring på hvordan en rapport fra FNs klimapanel kunne spille en så viktig rolle i den norske stortingsvalgkampen. Rapporten er et eksempel på en velkjent hendelse «som samtidig kommer uventet som blir fanget opp av mediene», og treffer dermed på nyhetskriteriet for overraskelse. Rapporten var for så vidt ikke uventet i seg selv, da FNs klimapanel hadde varslet offentliggjøring av rapporten en god stund i forveien, men det var til en viss grad uventet hvor stor gjennomslagskraft rapporten fikk. Gjennomslagskraften kan ha blitt såpass stor fordi timingen passet. Alvorlige og omfattende ekstremværehendelser verden over gjennom sommeren kan ha bidratt til at rapporten fra FNs klimapanel gjorde sterkere inntrykk på folk fordi konsekvensene av klimaendringene var så synlige i perioden. Etter ekstremværsommeren kom klimarapporten derfor på et tidspunkt som passet medienes frekvens. Gjennomslagskraften førte også til at rapporten også traff på nyhetskriteriet kontinuitet. «Er hendelsen først blitt til en nyhetsbegivenhet, er sjansen stor for at den vil fortsette å prege overskriftene en stund» (Orgeret 2022). Kriteriet forklarer hvordan lanseringen av rapporten kunne prege hele valgkampen i Norge, selv om den kom over én måned før valget fant sted. Den satte i gang politiske debatter om klimapolitikk og oljepolitikk som fortsatte å rulle i mediene i lengre tid. Videre nådde den over nyhetsmedienes 'terskel', som sier at hendelser «må ha en bestemt 'styrke' eller omfang» (Orgeret 2020). Rapportene fra FNs klimapanel er klimarapportene over alle klimarapporter, og kommer bare ut med 6-7 års mellomrom. De er ansett for å være de viktigste og mest førende forskningsrapportene på klimafeltet, noe som gir rapportene den 'styrken' som trengs for å bli til viktige nyhetshendelser. Også mange kilder og kommentatorer i utvalget brukte rapporten som forklaring på hvorfor klimasaken ble så viktig i valgkampen. «FNs klimarapport gjorde at klimasaken plutselig ble svært relevant igjen. Det har dominert medienes dekning og ikke minst de store TV-debattene», skrev for eksempel VG-kommentator Tone Sofie Aglen (2021a). «Heller ikke denne gangen så det ut til at klimaet ville bli valgkampens hovedsak. FNs klimarapport har

forandret på det», skrev Arne Strand (2021b) i Dagsavisen, og påpekte at «[a]lvoret i budskapet fra FN skyver alle andre saker i bakgrunnen». Rapportens fremtredende rolle i utvalget underbygger denne forklaringen. Dermed er det tydelig at rapporten fra FNs klimapanel ble en viktig agendasetter for den norske valgkampen. Rapporten påvirket mediernes prioriteringer, og fikk dem til å skrive mer om klima enn de ellers ville ha gjort.

5.3 Mediernes prioritering av klima

Redaksjonene og journalistene reagerte på IPCC-rapporten ved å skrive om den, og ved å skrive mer om klima og den norske oljedebatten i valgkampen. Politikerne måtte svare for hvordan de og deres partier har tenkt til å håndtere klimakrisen, mens miljøpartiene utnyttet situasjonen ved å snakke om egen klimapolitikk, og forsøke å holde klimasaken høyt på agendaen gjennom valgkampen. Mine funn etterlater liten tvil om at mediene satte klima på dagsorden i valgkampen. Som vist i forrige kapittel, skjedde det etter at en ekstern hendelse ble viktig i mediene. Som Hall et al. (1978, sitert i Schlesinger 1990) slo fast, er det ikke uvanlig at mediernes prioritering styres av hendelser utenfor deres kontroll. «The media, then, do not simply ‘create’ the news [...] the media are frequently not the ‘primary definers’ of news events at all» (Hall et al. 1978, sitert i Schlesinger 1990). Like fullt gjør mediene hver dag prioriteringer mellom ulike saker, og hvilke saker som skal følges opp videre. Av og til er det også mediene selv som setter agendaen, da gjerne gjennom undersøkende- og gravejournalistikk, reportasjer og oppsøkende journalistikk.

Globalt nådde mediedekningen av klima et nytt toppnivå i 2021 (Boykoff et al. 2022a). Det gjenspeiles i denne studien, der klimasaken tok mer plass i mediene i valgkampen enn ved tidligere stortingsvalg (tabell 4.1). Men antall artikler om klimaendringene er ikke alene et godt mål på hvordan nyhetsredaksjoner prioriterte å jobbe med klimasaken.

While the total amount of coverage devoted to climate change is an important metric, to get a fuller sense of how the continuing hollowing out of news organizations is affecting coverage of climate change, we also have to consider quality (Boykoff og Yulsman 2013).

Boykoff og Yulsman peker her på at den negative utviklingen i mediebransjen, diskutert i kapittel 2.1, kan påvirke kvaliteten på klimajournalistikken. Denne masteroppgaven er en kvantitativ studie, og vurderer dermed ikke først og fremst klimajournalistikkens kvalitet,

men flere av de kvantitative funnene i denne oppgaven kan tolkes som et uttrykk for kvalitative prioriteringer i redaksjonene. Selv om antall artikler om klima og valg var betydelig høyere i forbindelse med stortingsvalget 2021 enn ved tidligere valg, betyr ikke det nødvendigvis at redaksjonene prioriterte klimastoffet betydelig høyere enn før. Jeg vil derfor gjennomgå noen indikatorer på redaksjonell prioritering, og drøfte i hvilken grad redaksjonene selv tar aktive valg for å holde klima på dagsorden. Det er flere variabler i denne studien som kan si noe om redaksjonell prioritering. Det gjelder for eksempel forsideninnganger, lengde på saker, sjangerbruk, meningsinnhold, ledere og reportasjer.

5.3.1 Et meningsdominert saksfelt

Klimastoffet i valgkampen var ikke primært preget av nyhetsjournalistikk (tabell 4.2 og 4.3). Sjangeroversikten viser at 53 prosent av alt innholdet i utvalget var meningsinnhold (ledere, eksterne og interne kommentarer slått sammen), mot 41 prosent nyheter (tabell 4.2). Meningsinnhold krever journalistisk arbeid fra debattredaksjonene. Det er arena for debatt om klimaløsninger, og gode nyhetssaker kan komme fra debattspaltene. Meningsinnhold kan derfor spille en viktig rolle i mediernes klimadekning. Men ettersom meningsseksjonen som regel er langt mindre enn nyhetsseksjonen i avisene, er andelen meningsinnhold i utvalget uforholdsmessig høy, og en indikator på at nyhetsjournalistikken ble forholdsmessig nedprioritert i klimadekningen i valgkampen.

Det varierer noe hvordan de ulike avisene prioriterer meningsstoff om klima opp mot nyhetsstoff (tabell 5.1). Dagens Næringsliv, Klassekampen, Nordlys og Adresseavisen er de avisene med høyest andel meningsinnhold om klimasaken (tabell 5.1). Alle disse er også avisene med lavest andel nyhetssaker om klima, sammen med Dagsavisen (tabell 5.1). Dagsavisen har imidlertid det største *antallet* nyhetssaker om klima av alle avisene, fordi det er avisen som skrev mest om klima i valgkampen totalt. Det er likevel kun i Nationen at mer enn halvparten av artiklene er nyheter.

Tabell 5.1. Andel nyhetssaker og andel meningsinnhold fordelt på aviser.

Avis	Andel nyhetssaker (%)	Andel meningsinnhold (%)
DA	37	54
KK	35	58
Ap	43	47
BT	46	48
SA	44	53
DN	37	61
VG	42	51
Nat	51	46
Adr	40	57
NL	41	57

Eide og Naper (2014, s. 51) så den samme tendensen i sin studie, med 53 prosent meningsinnhold totalt – også den gang en uforholdsmessig høy andel. De viser til andre klimajournalistikk-undersøkelser om de årlige klimatoppmøtene (COP-ene) som finner samme tendens: meningsinnhold dominerer klimafeltet (Kumpu & Kunelius 2012, sitert i Eide & Naper 2014, s. 49). Derfor stiller de spørsmålet: «Betyr det at den redaksjonelle jakten på nyheter innen dette feltet er lavt prioritert?» (Eide & Naper 2014, s. 49). Eide og Naper (2014, s. 51) konkluderer med at meningsdominansen signaliserer en svak prioritering fra redaksjonenes side. Funnene i denne studien støtter opp under det samme inntrykket: norske avisredaksjoner overlater mye av klimadekningen til debattspaltene, mens den løpende og oppsøkende nyhetsjournalistikken har et begrenset omfang. Det er først og fremst gjennom nyhetsjournalistikken at mediene avslører feil, mangler og lovbrudd fra for eksempel offentlige etater og myndigheter. Det er også ofte gjennom nyhetsjournalistikken at journalister stiller politikere og andre makthavere kritiske spørsmål, eller avdekker bindinger og motstridende interesser blant folkevalgte. Nyhetsjournalistikken spiller derfor en viktig rolle i den politiske journalistikken, også i dekingen av klima og klimapolitikk. Den store dominansen av meningsinnhold på klimafeltet kan tyde på lav prioritering av kritisk journalistikk i redaksjonene i møte med klimakrisen.

Noe av meningsjournalistikken finner vi på lederplass i avisene. Der fronter avisene selvvalgte temaer og meninger i tråd med deres verdisyn. «En indikator (av flere) på

prioritering, er om klimaendringene blir behandlet på avisenes lederplass» (Eide & Naper 2014, s. 49). Totalt har avisene i utvalget skrevet 48 ledere, hvorav 20 har klima som hovedtema (tabell 4.2). Begge deler er en liten økning i andel ledere siden 2013 (Eide & Naper 2014, s. 50). Blant de 20 lederne som har klima som hovedtema, er samtlige aviser unntatt Stavanger Aftenblad representert. VG og BT har flest med fire ledere hver, Ap har tre, Dagsavisen, Nationen og Adresseavisen har to, mens Klassekampen, DN og Nordlys har én hver. Et interessant funn er at hele fem av 20 ledere har natur som tema¹, når det er et tema som sjelden er tema¹ på nyhetsplass. Med fire ledere om det politiske spillet og tre ledere om olje og gass, gjenspeiler lederne ellers klimadekkingen- og debattene i valgkampen. At klima får såpass god behandling på lederplass, vitner om en viss redaksjonell prioritering av klimastoffet i avisene.

5.3.2 Ikke rydd forsiden

Et hovedoppslag på forsiden signaliserer at dette er en avisens viktigste og beste saker den dagen, en sak redaksjonen ønsker å sette dagsorden med, eller en sak redaksjonen mener treffer målgruppen godt. «En måte å måle avisenes prioritering på, er å kartlegge om klimasakene når forsiden. Det gjør de i liten grad», slår Eide og Naper (2014) fast i sin studie. Det samme er tilfellet i denne studien. Det er lite i antall og type oppslag som vitner om at klima var en den viktigste saken i valgkampen. I 2021 var det kun 4 prosent av artiklene med klima som hovedtema som ble hovedoppslag på forsiden, sammenlignet med 6 prosent i 2013. Det var imidlertid flere artikler med klima som hovedtema som fikk en mindre forsidehenvisning (tabell 4.5). I 2021 var det 13 prosent sammenlignet med 8 i 2013 (Eide & Naper 2014, s. 52). Selv om det ble skrevet mer om klima i valgkampen sist høst enn ved tidligere stortingsvalg, ble ikke klimasaken prioritert som avisas viktigste oppslag mer enn noen få ganger. Enkelte aviser har ingen forsideoppslag om klima overhodet, herunder VG og Adresseavisen. Ser man kun på forsideoppslag, ser det ut til at Stavanger Aftenblad har prioritert å fronte sin klimajournalistikk høyere enn de andre avisene, med fem forsideoppslag i perioden. Hva kjennetegner de 20 hovedoppslagene der klima var hovedsaken?

I likhet med utvalget som helhet, er det *olje og gass* og *politisk spill* som dominerer forsidedekningen. Seks av 20 oppslag handler om olje og gass, og fire av 20 oppslag handler om det politiske spillet. I tillegg handler to oppslag om meningsmålinger knyttet opp mot

det politiske spillet. 12 av 20 klimaoppslag handler dermed om olje gass, politisk spill og meningsmålinger. Videre handler tre oppslag om fornybar energi, herunder vindkraft. Sett under ett er det lite variasjon i type klimasaker som havner på avisenes forsider. De fem siste oppslagene er unntakene, da de byr på større variasjon i temaer. De handler om klimatilpasning i kommuner, reiseliv i Tromsø, Extinction Rebellions klimademonstrasjoner i august, nullutslippskrav i oljefondet, og elbilpolitikken. Det er nærliggende å tenke at valgkampens viktigste sak kunne tatt større plass på avisens forsider, særlig når klimadekningen var såpass omfattende som denne studien viser. Når det ikke er tilfelle, er det en indikator på at pressens prioritering av klima i valgkampen ikke nødvendigvis er høy, men heller blandet.

5.3.3 Oppsøkende, undersøkende og kritisk?

Når en sak blir holdt høyt over tid, som klimasaken gjennom valgkampen, kan mediene benytte anledningen til å følge opp med undersøkende og oppsøkende journalistikk, eller reportasjer. Det skjedde i liten grad i dekningen av stortingsvalget 2021. Størrelsen på artiklene er en av faktorene som kan si noe om avisenes prioritering av et stoffområde. Bruker redaksjonene tid og ressurser på å lage lengre artikler for å utforske klimaendringene, sette det i kontekst og opplyse leserne? Eller er det kortere nyhetsmeldinger som dominerer? Av de 454 artiklene som har klima som hovedtema, er de fleste (66 prosent) artikler som er middels små eller middels store (tabell 4.6). De to middelskategoriene rommer artikler fra 400 ord til 1000 ord, og fanger dermed opp de vanligste størrelsene på nyhetsartikler og meningsinnlegg. Det er forventet at flertallet av artiklene i en studie som denne havner der. 21 prosent av artiklene med klima som hovedtema er små, mens 10 prosent er store og 3 prosent er langlesing – lenger enn 1500 ord (tabell 4.6). Det kan være naturlig at det er flere små artikler enn store, ettersom de krever mindre tid og ressurser å produsere. Men bildet er annerledes i artiklene der klima bare er nevnt. Der er 9 prosent av artiklene små, mens 18 prosent av artiklene er store og 7 prosent er langlesing (tabell 4.6). Dermed er det betydelig flere korte artikler og færre lange artikler der klima er hovedtema i forhold til der klima bare er nevnt. Det kan tyde på en nedprioritering av dyptgående klimajournalistikk. Det er tilsynelatende få artikler der redaksjonene har dedikert tid og plass på å drive undersøkende eller oppsøkende journalistikk om klimaendringene. Dette underbygges av den lave andelen

nyhetsjournalistikk, drøftet tidligere i kapittelet. Bildet blir tydeligere gjennom å se nærmere på hvilke andre sjangre som (ikke) er brukt i utvalget.

Eide og Naper (2014, s. 51) undersøkte om det fantes eksempler på oppsøkende reportasjer eller større saker der klimaspørsmålet er sentralt i sin studie, og viste til ett eksempel. I denne studien er det kun fire større reportasjer som har klima som hovedtema. To av dem er skrevet av samme journalist (Atle Andersson) for samme avis (Bergens Tidende). Den tredje reportasjen var i Klassekampen, og den fjerde stod på trykk i Nordlys. Det betyr at flertallet av avisene ikke har skrevet noen reportasjer med klima som hovedtema i perioden overhodet, til tross for at klima sto høyt på dagsorden i perioden.

Den første reportasjen i Bergens Tidende handler om Stortingets mål om at det ikke skal selges noen nye bensin- og dieslbiler i Norge etter 2025 for å kutte klimagassutslippene. Bakgrunnen for saken er en spørreundersøkelse som viser at 69 prosent av nordmenn mener at det bør være mulig å kjøpe nye bensin- og dieslbiler også etter 2025 (Andersson 2021a). Avisen intervjuer en rekke bileiere med og uten elbil om hva de synes om 2025-målet og dagens elbilpolitikk. I starten av artikkelen møter vi et ektepar fra Svelgen som er med i en Amcar-bilklubb, og sier: «Elbiler er jo helt stille. Biler skal lage lyd og lukte eksos» (Andersson 2021a). Vi møter også et ektepar fra Askøy som har blitt «svorne elbilentusiaster» og er bekymret for klimaendringene (Andersson 2021a). En bilforhandler påpeker at det ikke er behov for noe salgsforbud for bensin- og dieslbiler, for «Bilindustrien tar kommandoen så lenge politikerne gir insentivene» (Andersson 2021a). I den andre reportasjen i Bergens Tidende står følgende spørsmål sentralt: «Skal man bruke fornybar energi fra land til å utvinne fossile ressurser fra oljefelt i Nordsjøen? Eller skal kraften være motoren som skaper nye, grønne arbeidsplasser på fastlandet?» (Andersson 2021b). I reportasjen skriver journalisten om et planlagt datasenter i Samnanger som mister sin reserverte kraft til fordel for oljefelt Equinor og Aker BP vil drifte med strøm fra land (Andersson 2021b). Den tredje reportasjen sto på trykk i Klassekampen, og går inn i dilemmaet: «Skal Norge utvinne kobber for det grønne skiftet eller la være i naturens navn?» (Fadnes 2021). Reportasjen er lagt til Finnmark, og tar for seg konflikten mellom samiske interesser og naturhensyn på den ene siden, og selskapet Nussir ASA som vil utvinne kobber til bruk i det grønne skiftet og opprette nye arbeidsplasser på den andre (Fadnes 2021). Reportasjen til Nordlys er lagt til Kvaløya i Troms, der det er satt i gang drift

på en park med 67 vindturbiner (Barth-Heyerdahl 2021). Avisa intervjuer en rekke lokale innbyggere om hva de synes om de nye vindturbinene, hvorvidt de skjemma landskapet, og om de kommer til å påvirke hva lokalbefolkningen vil stemme ved stortingsvalget. De fleste er positive, og Guro Mortensen (25) trekker fram klima som en viktig sak: «Vi trenger strøm, og dette er ren energi. Dette er et bra tiltak» (Barth-Heyerdahl 2021). Tidligere Frp-politiker Geir Are Winther (61) er ikke like fornøyd, men kaller vindturbinene for «symbolpolitikk» (Barth-Heyerdahl 2021).

De fire reportasjene har til felles at går inn i relevante dilemmaer i klimaendringenes tidsalder. Skal Norge forby salg av forurensende biler for klimaet skyld selv om folk er imot det og opplever det upraktisk? Skal Norge bruke sin rene kraft på å elektrifisere sokkelen og få ned nasjonale utslipp, men kanskje forlenge oljealderen, eller på grønn omstilling i næringslivet? Skal Norge utvinne mineraler som trengs i det grønne skiftet, selv om det skader naturen i nærområdet og urfolksinteresser? Skal kommuner tillate at vindturbiner fører til inngrep i naturen i klimaets navn? De fire reportasjene løfter blikket fra den pågående valgkampen, og tar opp problemstillinger som har konsekvenser utover en stortingsperiode, der klimaspørsmålet står sentralt for valgene som tas. De er eksempler på oppsøkende og kritisk journalistikk, som viser hvordan journalistikken kan koble sammen offentligheten, klimakunnskap og politikk, slik Boykoff og Yulsman (2013, s. 359) etterlyser at mediene gjør. At det ikke er laget flere slike reportasjer i løpet av en måned med klimavalgkamp, tyder på at avisene i studien har nedprioritert å lage oppsøkende reportasjer og undersøkende journalistikk om klima – selv når aktualitetsknaggen var der. Det er påfallende at kun tre av ti aviser har laget slike reportasjer i perioden.

Til tross for at kunnskapen om klimaendringene og de alvorlige konsekvensene har blitt større siden valgkampen i 2013, var det under valgkampen i 2021 fremdeles begrenset hvor mye redaksjonene og journalistene selv tok initiativ til å drive oppsøkende, undersøkende og kritisk journalistikk om klimakrisen – selv når klima spilte hovedrollen. Mye av dekningen ble overlatt til meningsjournalistikken, hvor kommentatorer kom med sine analyser, og blant annet klimaforskere, organisasjoner og aktivister delte sin kunnskap om klimaendringene og sine synspunkt på klimahandling. Selv om situasjonen har stabilisert seg, tyder medlemstallene i Norsk journalistlag på at færre journalister jobber i norsk mediebransje i dag enn ved toppen i 2008, etter en lengre periode med nedbemanning, som

diskutert i kapittel 2.1. Der viste jeg til at konsekvensene av nedbemanning er «mer press, mindre tid til grundig kildearbeid og at krevende og kritiske saker nedprioriteres» (Dahlstrøm & Hognestad, sitert i Bjerke et al. 2019, s. 29). Det kan være en mulig forklaring på at det er få klimareportasjer i utvalget, og på at meningsjournalistikken dominerte foran nyhetsjournalistikken. For selv om klima og olje på ingen måte var «tematiske blindsoner i den journalistiske nyhetsdekningen» i valgkampen, kreves det kompetanse i redaksjonene for å dekke klimaendringene – et komplekst felt – på en grundig og kritisk måte. Nedbemanning har ført til færre spesialiserte journalister med spisset kompetanse på ulike fagfelt (Figenschou & Eide 2021). Dermed kan veien til kritiske nyhetssaker og dyptgående reportasjer være lengre.

5.4 Det politiske spillet

En annen indikator på avisenes prioritering av klimasaken, er hva avisene skrev om, og hvilke temaer som fikk mye plass. I avisspaltene var det først og fremst det politiske spillet som dominerte (tabell 4.7) – i så stor grad at det overskygget for mange andre klimarelaterte temaer. En betydelig og viktig del av valgkampen og velgerpåvirkningen skjer gjennom mediene. Allern (2001, s. 15) slo fast at «valgkamp i økende grad er blitt identisk med medievalgkamp». Nyhetsmediene er i dag en «egen politisk arena, uavhengig av Stortinget og de politiske partiene, og det som skjer på denne arenaen har i tillegg stor innflytelse på dagsordenen i andre politiske institusjoner» (Allern 2001, s. 46). Mediene er med å sette dagsorden, særlig i en mediedominert valgkamp. Funnene mine viser at mediene bruker denne makten til å vie *det politiske spillet* stor plass, også i klimadekningen. Med det politiske spillet menes «de konkurrerende regjeringsalternativene og kampen mellom partiene for posisjoner» (Eide & Naper 2014, s. 53), herunder politiske utspill, kritikk av politiske motstandere og deres forslag, diskusjon om politiske samarbeidspartnere, analyser av det politiske landskapet og partienes vekst og fall på meningsmålingene. Det er dette jeg har sett etter når jeg har kodet for politisk spill i datamaterialet. I spillet for makt og posisjoner står ofte kampen mellom de politiske konkurrentene mer sentralt enn politikken de går til valg på å føre. Witelbols (2004, sitert i Aalberg & Curran 2012, s. 3) har problematisert det å presentere politikk som spill eller en «såpeopera» for å gjøre det mer interessant for publikum. Men det finnes en annen form for politisk spill, som får plass side om side med den tidvis «såpeopera»-pregede dekningen. Det er det politiske spillet «som

en prosess der store verdier står på spill» (Lahn 2013, s. 16). De pågående klimaendringene er en slik prosess, hvor innsatsen er høy, og blant annet menneskeliv, dyrearter, naturmangfold og livskvalitet står på spill. I dette spillet står «forskjellige verdensbilder og forskjellige måter å forstå selve klimaproblemet på [...] mot hverandre» (Lahn 2013, s. 16). Det går an å oppsummere de to ulike formene for politisk spill som *spillet mellom partiene* på den ene siden, og *det som står på spill* på den andre siden (Ytterstad & Høiby 2014, s. 67). Selv om kategorien *politisk spill* i dette utvalget i størst grad inkluderer artikler, kommentarer og analyser om spillet mellom partiene, finnes det også eksempler på at det som står på spill får plass. Noen ganger er det en sammenheng mellom spillet mellom partiene og det som står på spill. I klimavalgkampen 2021 setter for eksempel SV og MDG det som står på spill i møte med klimaendringene så høyt at de vil si fra seg potensiell politisk makt om de ikke får gjennomslag for sin klimapolitikk.

Både totalt sett og som tema¹, er *politisk spill* temaet som forekommer klart oftest i utvalget (tabell 4.7). Den fremtredende plassen til det politiske spillet gjenspeiles også på avisenes forsider. Av 59 forsideoppslag i utvalget, handler 27 om politisk spill og 9 om meningsmålinger. I tillegg er det 79 mindre forsidehenvisninger om politisk spill og 21 om meningsmålinger, av totalt 175 mindre forsidehenvisninger i utvalget. Også Eide og Naper (2014, s. 53) observerte at det politiske spillet dominerte valgkampen ved stortingsvalget i 2013. Den gangen som nå, trumfer det politiske spillet det planetariske spillet (Ytterstad & Høiby 2014). I 2013 var det særlig tre saker knyttet til det politiske spillet som var fremtredende i utvalget, herunder Miljøpartiet de grønnes vekst og mulige innflytelse, de ulike regjeringalternativene, og en mulig klimaallianse mellom de grønne partiene (Eide & Naper 2014, s. 54-55). Eide og Naper (2014, s. 46) påpeker at «stortingsvalget 2013 var spesielt, i og med at det var første gang Høyre og Fremskrittspartiet åpent kom ut med regjeringsplaner, med en viss støtte fra to sentrumpartier». De mener derfor det var ventet at det ville bli en god del politisk spill i mediene (Eide & Naper 2014, s. 46). Interessant nok finner vi igjen alle de tre sakstypene som genererte saker om politisk spill i 2013 i valgkampen i 2021. I 2021 var det en annen politisk situasjon som la til rette diskusjonene om regjeringalternativer. Ap ønsket en regjering med SV og Sp. Sp ønsket en Ap-Sp-basert regjering. SV var åpen for å samarbeide med alle partiene på venstresiden, inkludert Rødt og MDG. Dermed hadde SV, Ap og Sp forskjellige ønsker og strategier, og situasjonen var helt

annerledes enn i 2005 og 2009, da SV, Ap og Sp gikk til valg sammen som et klart regjeringalternativ. Før valget i 2021 var det ikke avklart hva slags regjeringskonstellasjon Norge kom til å få dersom det ble flertall på Stortinget for den politiske venstresiden. Det var heller ikke avklart hva slags regjeringskonstellasjon det ville bli om den politiske sentrum/høyresiden fikk flertall på Stortinget, ettersom at Frp trakk seg fra den borgerlige regjeringen i 2020. Denne usikkerheten preget nyhetsdekningen i valgkampen i 2021. «SV har hele tiden sagt at vi er klar til å forhandle med de partiene som trengs for å få til et skifte», understreket SV-leder Audun Lysbakken i Bergens Tidende på tampen av august (Gillesvik & Fossen 2021). «Vi forhandler gjerne med både Ap, Sp, MDG og Rødt. Det viktigste er ikke hva partiene heter, skriver han» (Gillesvik & Fossen 2021). Venstresidens politiske motstandere prøvde å spille på usikkerheten de uavklarte alliansene innebar for å fremme sine egne interesser. KrF-leder Kjell Ingolf Ropstad sa for eksempel følgende til Bergens Tidende i forbindelse med en meningsmåling:

- Jeg forstår godt hvorfor Trygve [Slagsvold Vedum] har innvendinger mot samarbeid med SV og Rødt, men denne målingen viser jo at han gir dem stor innflytelse. Han mener det ikke er for sent for senterpartilederen å snu.
- Trygve bør vurdere et samarbeid med sentrum-Høyre. Det ville gitt en mer stabil situasjon, sier han (Gillesvik & Fossen 2021).

Avstanden mellom SV, Ap og særlig Sp på klimafeltet ble gjerne trukket fram som et mulig hinder for at partiene skulle klare å samarbeide i en eventuell regjering. «Klima- og oljepolitikken splitter partiene på rødgrønn side før valget», skrev Klassekampen 20. august (Henmo & Sandvik 2021). I et intervju med avisa slo SVs klimapolitiske talsperson Lars Haltbrekken fast at «SV kommer ikke til å støtte en regjering som ikke gjør jobben for klimaet», og lanserte en ønskeliste for klimakutt (Henmo & Sandvik 2021). Selv om dette er et eksempel på spill mellom de partiene som kanskje skulle regjere sammen, er det samtidig et eksempel på at det som står på spill trumfer makt og posisjoner for SV i klimasaken. I etterkant av valget endte også SV med å trekke seg fra sonderingene om et mulig rødgrønt regjeringssamarbeid, blant annet på grunn av stor avstand mellom de tre partiene på klimafeltet. «Oljepolitikken, utslippskutt og naturvernsspørsmål har vært viktig, men også skatt og ikke minst ønsket om å gjøre velferden profittfri», sa SV-leder Audun Lysbakken til

NTB om bruddet (Falnes 2021b). Det som sto på spill, ble for viktig for SV til å godta kompromissene som ble tilbudt dem fra Sp og Ap i regjeringssonderingene.

Regjeringsalternativer var en betydelig del av det politiske spillet i pressen i både 2013 og 2021. Videre var Miljøpartiet de grønnes vekst og muligheter for innflytelse et tema i spaltene også i 2021. Klimapartiene SV, MDG og Venstre fikk en umiddelbar oppgang på meningsmålingene i perioden etter at FNs klimapanel lanserte sin rapport 9. august (Lægland et al. 2021). MDG-leder Une Bastholm slo fast at det var en fordel for partiet at klima kom på dagsorden gjennom rapporten (Lægland et al. 2021). På flere målinger manglet Sp, SV og Ap mandater for å få flertall, og både MDG og Rødt havnet på vippen. I forbindelse med en slik måling for BT og VG, hvor MDG fikk en oppslutning på 5,8 prosent, påpekte MDG-leder Une Bastholm at Støre måtte velge mellom Rødt og MDG for å få flertall, og argumenterte hvorfor han burde velge dem:

Det gjør jo at Ap blir tvunget til å velge om de skal lene seg til oss – som er positive til internasjonalt samarbeid, EØS og Nato, men har tøffe krav på klima – eller gjøre seg avhengig av Rødt, som prioriterer veldig annerledes (Gillesvik & Fossen 2021).

I forbindelse med samme måling ble Støre utfordret av VG på hvorvidt et samarbeid med MDG eller Rødt var aktuelt. «Det er ikke et alternativ jeg planlegger for. Vi har ett alternativ: Det er en Ap-ledet regjering med Sp og SV», sa Støre til avisa (Lægland et al. 2021). Flere politiske motstandere gikk ut og advarte mot MDG, blant dem nestleder i Frp, Ketil Solvik-Olsen. Han anklaget partiet for å lide av «kronisk kunnskapsmangel» på petroleumsfeltet, og kalte MDG-politikere «aktivister som ikke ser helheten» (Vikingstad 2021a).

Under valgkampen stilte MDG et ultimatum om full stans i videre olje- og gassleting for å kunne støtte en ny regjering (Vikingstad 2021a). MDG fikk kritikk fra flere hold for at partiet satte seg selv på gangen gjennom denne tilnærmingen. «Et slikt ultimatum er i praksis en utmelding fra all politisk innflytelse på et nytt storting. Det finnes ikke noe tenkelig flertall for en fullstendig letestans de neste fire årene», skrev for eksempel politisk redaktør i Dagens Næringsliv, Frithjof Jacobsen (2021), i en kommentar. Nestleder i MDG Arild Hermstad begrunnet olje- og gass-ultimatomet med at «[s]ituasjonen er så prekær at vi trenger å være ganske sta i forhandlinger om dette» (Mauno 2021). Ultimatomet illustrerer hvordan MDG setter det som står på spill i klimasaken høyere enn makt og posisjoner.

Til sist utfordret MDG partiene SV, V og KrF til å legge ned veto mot mer oljeleting, og bli med i en allianse (i liket med i 2013) for å starte utfasingen av olje- og gassindustrien (Spence 2021). Selve utfordringen kom fra MDG i juni, før utvalget i denne studien startet, og muligheten for å stille felles ultimatum om olje ble kontant avvist av både SV, KrF og V (Spence 2021). Utfordringen fra ble likevel vist til i selve valgkampen. Blant annet skrev Dagsavisen-kommentator Lars West Johnsen om hva en slik allianse mot oljeleting kunne oppnå.

De fem småpartiene [MDG, SV, Rødt, KrF og V] har med hver sin stemme brummet mot olja. Hver for seg har de begrenset makt. Men slår de seg sammen i en klimaallianse med et kraftfullt nei til mer norsk oljeleting, vil de kunne komme langt med sitt krav (West Johnsen 2021).

I tillegg til de tre sakstypene som generte artikler om politisk spill både i 2013 og 2021, var det også andre saker som gjorde det i 2021. Klimasakens medvind ble blant annet brukt av flere kommentatorer til å forklare Senterpartiets fall på målingene i valgkampen. VGs politiske kommentator Tone Sofie Aglen (2021a) mener Sp-nedturen på målingene i august skyldtes et stemningsskifte blant velgerne, der klima tok over for distriktpolitikk som viktigste sak, og Trygve Slagsvold Vedums vinneroppskrift plutselig feilet.

Når klima har seilt opp som den største saken de siste ukene, lider Sp under mangel på svar. Der politikere flest fremstiller sin politikk som bedre enn den er, har Vedum gjort det til en kunst å fremstille Sps klimapolitikk som dårligere enn den er. Det er ikke så lett å plutselig snu om på den strategien. Sånn sett har han malt seg inn i et hjørne, som frem til nå har vært en suksess (Aglen 2021a).

Bergens Tidende-kommentator Jens Kihl (2021) skrev at det hadde kokt over for mange i Sp på Vestlandet ukene i forveien. «Dei er heilt tydeleg lei av at Sp-leiar Trygve Slagsvold Vedum framstiller bygdefolk som noko nær klimafornektarar. [...] Det er vanskeleg å tru noko anna enn at det er dette som no viser seg på målingane» (Kihl 2021). Han omtaler fallet på femten prosentpoeng siden nyttår for «heilt spektakulært», og tilskriver det at Senterpartiet har bommet i klimapolitikken (Kihl 2021). Selv om flere kommentatorer var samstemte om grunnen til Senterpartiets fall, var analytikere og valgforskere mer skeptiske. Analytiker Johan Giertsen, som driver nettstedet Poll of Polls, sa til Nationen at han var

kritisk til forklaringen om at Sps fall på målingene skyldtes klima (Vestheim 2021). Giertsen pekte heller på en normalisering i velgerbevegelser når valget nærmet seg: «Det som er kunnskapsbasert å si, er at valgkamper i Norge i etterkrigstiden ofte ender i normalisering, altså at mange velgere likevel stemmer på partiet de ellers har stemt på» (Vestheim 2021). Han mente også at flere velgere stilte seg mer kritisk til Senterpartiets styringsdyktighet jo nærmere valgdagen man kom (Vestheim 2021). Valgforsker Bernt Aardal sa til Nationen at «[d]et blir for enkelt å si at velgerne er opptatt av klima, og derfor faller Sp» (Vestheim 2021). Han nyanserte imidlertid bildet, og påpekte at «slik som valgkampen startet opp, med partilederdebutt om klima og miljø, virket Vedum defensiv og ukomfortabel med å innta en annen posisjon enn det veldig store flertallet om klima» (Vestheim 2021). Det politiske spillet kan komme i veien for partiene selv, og deres ønske om å fremme egen politikk og vinne velgere. Dagsavisen-kommentator Jo Moen Bredeveien (2021) skrev om hvordan det ble mer og mer murring i skjul innad i Senterpartiet, blant annet over «at det politiske spillet om samarbeid og taburetter skygger for sakene. Og det finnes dem som spør seg om det er riktig å heller vinne over Frp-velgere enn å vise fram Senterpartiets klimapolitikk». Irritasjon over at det politiske spillet tar mye plass, har også kommet til syne hos enkelte politikere. Sp-leder Trygve Slagsvold Vedum skrev i august i en tekstmelding til Aftenposten at «tiden nå er moden for 'litt ordentlig politisk debatt', der partiene kan si hva de ønsker med Norge», og at han «tror folk er lei fokus på spill og posisjoner» (Gausen et al. 2021).

Eksemplene ovenfor og temaet *politisk spill* sin dominans i utvalget viser at det er vanskelig for journalistikken å komme seg forbi det politiske spillet i medievalgkampen. Samtidig er det svært relevant for velgerne å vite hvordan de ulike partiene forholder seg til hverandre, og hvem som vil samarbeide med hvem. Derfor er en del av spill-dekningen nødvendig. Men når dekningen i så stor grad dreier seg om det politiske spillet mellom partiene, går det på bekostning av noe annet. Det politiske spillet kan fort skygge over for hva som faktisk er de ulike partienes løsninger og tiltak, for eksempel i møte med klimaendringene. Bildet er imidlertid mer nyansert enn som så, da enkelte artikler om det politiske spillet setter det som står på spill i klimasaken i sentrum – og handler om å få til en best mulig klimapolitikk, til gagns for Norge og verden. Like fullt: «Mediemakt handler også om muligheten til neglisjering, bortdefinering og usynliggjøring» (Allern 2001, s. 60). Oversikten over hvilke

temaer som skrives om, viser at mange klimarelaterte temaer blir klart nedprioritert, og kanskje også bortdefinert og usynliggjort, til fordel for politisk spill og oljedebatt. For eksempel er det lite rom til *vekstkritikk* i klimadekningen i valgkampen. I utvalget dukker det opp som tema 12 ganger. Én av dem er i en reportasje om klesindustrien hvor klima er et underordnet tema, én gang i en kommentar fra Nationens kommentator, mens de ti siste gangene er det eksterne meningsinnlegg som kommer med vekstkritikk. Det er med andre ord et tema som ikke løftes på nyhetsplass overhodet. Mer påfallende er det at et tema som *klimatilpasning* kun dukker opp syv ganger i utvalget, selv om det å tilpasse samfunnet til klimaendringene er et sentralt politisk spørsmål. I mars rettet Riksrevisjonen sterk kritikk mot myndighetene i en tilsynsrapport om arbeidet med klimatilpasning (Løf 2022). Riksrevisjonen slår fast at myndighetene ikke har god nok oversikt over hvor det kan bli mer flom og skred i årene fremover, og at det kan gå utover folks sikkerhet (Løf 2022). Selv om rapporten kom etter valget, var behovet for klimatilpasning like reelt under valgkampen. Men diskusjoner om hvordan klimatilpasning best kan gjøres var så å si fraværende på den politiske agendaen, til tross for at klima var det heteste temaet. Det er ikke sikkert det var i politikernes interesse å snakke om klimatilpasning under valget. Men samfunnets sikkerhet i møte med klimaendringene er et tema som fort kunne blitt problematisert og løftet fram av en mer proaktiv presse, som prioriterte kritisk klimajournalistikk høyere. Kanskje er det et eksempel «på hvordan politiske saker undermineres når journalistene først og fremst vinkler sakene mot det politiske spillet» (Hjarvard 1999; Allern 2001, sitert i Eide & Naper 2014, s. 55). En høy prioritering av det politiske spillet kan også forklare hvordan enkelte deler av klimadekningen ble nedprioritert, som redegjort for i kapittel 5.3. Det var imidlertid én politisk sak som fikk mye plass i avisdekningen om klima i valgkampen; debatten rundt fremtiden til Norges olje- og gassproduksjon.

5.5 Olje og klima henger sammen

Etter *politisk spill*, er *olje og gass* det klimarelaterte temaet som dukker opp oftest i utvalget totalt sett (tabell 4.7). Men i den halvparten av utvalget der klima er hovedsaken i artiklene, er *olje og gass* det dominerende temaet foran politisk spill (tabell 4.8). Også i valgkampen i 2013 var olje og gass et tema som fikk mye spalteplass. Men i Eide og Napers (2014, s. 52) studie var politisk spill også det største temaet der klima var hovedsaken. Det kan tyde på at den norske debatten om hvilken plass olje og gass skal ha i det norske samfunnet, og

hvordan olje og gass henger sammen med klimapolitikken, har blitt større og viktigere siden 2013.

Det er påfallende hvor mye mer olje og gass diskuteres som enkelttema i forhold til andre viktige klimarelaterte temaer, som for eksempel fornybar energi (hvor det pågår store debatter om vindkraft til land og til havs), natur (hvor det pågår debatter om vern versus bruk), næringsliv (hvor mye av det grønne skiftet skjer), og samferdsel (hvor elbilsatsingen og elektrifisering av kjøretøy og ferger er en viktig del av norsk klimapolitikk). Tallene i tabell 4.8 viser at olje og gass er et tema i mer enn to og tre ganger så mange artikler som de nevnte kategoriene. Det kan se ut som at når klima og klimapolitikk skrives om og diskuteres i mediene, er det klart oftest Norges olje- og gasspolitikk som er temaet. Det er en interessant utvikling. Eide og Naper påpekte i 2014 (s. 55-56) at det er «noe overraskende» at «[k]lima knyttet opp mot olje får [...] mye oppmerksomhet, [...] da flere studier har konkludert med at disse to temaene i for liten grad knyttes sammen, også i Norge (Curtis 2010; Leonard og Smith 2003)». Dette kan se ut til å ha endret seg siden studiene Eide og Naper referer til ble gjennomført. I valgkampen 2021 knyttes Norges olje- og gassproduksjon stadig tett opp mot klima. Det kommer til syne i en rekke ulike mediasaker i løpet av undersøkelsesperioden, som jeg skal vise med flere eksempler gjennom kapitlet.

5.5.1 Den store oljedebatten

Det var flere løpende saker knyttet til olje og gass som tok plass i nyhetsbildet i valgkampen. Den overordnede debatten var for eller mot videre norsk oljeleting, og klimaendringene var argumentet som ble brukt for å stanse leteaktiviteten så snart som mulig. «Hver dråpe olje som blir liggende, er én som ikke slipper ut CO₂, og det er vi som har det moralske ansvaret for alt som pumpes opp innenfor våre grenser og selges til verden» argumenterte for eksempel klimaforsker Frans-Jan Parmentier (2021) ved UiO i en kommentar i Klassekampen. Samfunnsøkonom og tidligere Høyre-politiker Victor Norman (2021) argumenterte for at Norge ikke vil klare å finne en «levedyktig konkurranseutsatt nyskapning» som kan gi Norge gode inntekter etter olja før det er lønnsomt, og «for at det skal være lønnsomt, må kostnadsnivået i Norge ned. Det vil skje av seg selv når oljealderen er over – da vil arbeidsmarkedene og/eller valutamarkedene sørge for at det skjer». Han oppfordret derfor de politiske partiene til å «avslutte all leteboring og alle nyinvesteringer på sokkelen og fastsette en sluttdato for produksjonen av olje og gass på den norske

sokkelen», og viste til at dette var til beste for klimaet og den økonomiske omstillingen (Norman 2021). Både politikere, næringsliv, organisasjoner og øvrig sivilsamfunn engasjerte seg i debatten gjennom valgkampen. Dagsavisen-kommentator Lars West Johnsen (2021) kalte engasjementet mot oljeleting i valgkampen for «et bredt folkelig engasjement vi kanskje ikke har sett siden Alta- og EU-strid». Videre oppsummerte han oljedebatten på tampen av august slik: «En tidligere Høyrestatsråd, 12 fremtredende samfunnsøkonomer og 30 av landets mest kjente forfattere – alle har brukt sin stemme denne uka for å advare mot mer olje» (West Johnsen 2021). West Johnsen var selv støttende til å stanse oljeletingen. Det samme var tidligere sjefredaktør i samme avis, Arne Strand (2021a): «Det beste Norge kan gjøre for å begrense klimagassutslippene i verden er å stanse letingen etter mer olje og gass», slo han fast i en kommentar. Aftenposten (2021) tok til orde for å endre norsk oljepolitikk på lederplass og bremse opp letingen, men argumenterte ikke for full letestans. «Tiden for å åpne umodne områder er forbi. Også omfanget av leting i modne områder med kjent geologi og etablert infrastruktur bør tilpasses en gradvis omstilling i stedet for full fart frem mot en mulig bråstopp», skrev avisen. Andre medieaktører la seg på et annet standpunkt. Bergens Tidenes Hans K. Mjelva (2021) argumenterte for at «[d]et finst bedre måtar å redde klimaet på, enn at Noreg sluttar å leite etter olje» på kommentatorplass. Dagens Næringsliv-kommentator Bård Bjerkholt (2021) tok ikke stilling til fortsatt oljeleting eller ikke, men poengterte at «[e]n sluttdato for kull er adskillig viktigere for klimaet enn en sluttdato for olje og gass».

Avisene målte også temperaturen på debatten i folket. Det ble gjennomført flere spørreundersøkelser av ulike aviser der nordmenn ble spurt om de var for eller imot oljeleting. De avdekket at det fremdeles er flere som støtter videre oljeleting enn som ønsker den stanset, men de viste også en bevegelse i folket. Stavanger Aftenblad gjennomførte en måling blant befolkningen i Rogaland både i mars og september 2021, og skriver om endringen på et halvt år: «Majoriteten vil fortsatt opprettholde leteaktiviteten, men heiagjengen for olje og gass krymper fra 66 til 57 prosent. Andelen som vil trappe ned letingen, vokser fra 26 prosent til 34 prosent» (Søndeland & Tollaksen 2021). VG fant lignende tall i sin nasjonale undersøkelse publisert 21. august, men med en mindre «heiagjeng» for olje og gass enn i Rogaland. «49 prosent mener at Norge bør fortsette

leteaktiviteten etter olje og gass, mens 35 prosent mener den bør stanses. 16 prosent er usikre» (Haakonsen & Solberg 2021).

Politisk var det motstand mot stans i oljeleting i Arbeiderpartiet, Høyre, Frp og Senterpartiet, som både før og etter valget hadde politisk flertall på Stortinget. Daværende olje- og energiminister fra Høyre, Tina Bru, ønsket å fortsette å lete etter olje og gass, og brukte følgende argument: «Det er viktig å opprettholde arbeidsplasser og verdiskaping og muliggjøre omstilling til nye næringer fra det som i dag er den viktigste - nemlig olje og gass» (Haakonsen & Solberg 2021). Daværende statsminister Erna Solberg argumenterte langs samme linjer i et intervju med Stavanger Aftenblad: «Å lukke boken for det vil være å skyve flere arbeidsplasser ut. Det vil være å stoppe arbeidsplasser som man er avhengig av for det grønne skiftet» (Østbø 2021). Også for Arbeiderpartiet var det uaktuelt å gå med på full stans i oljeleting. «Vi er opptatt av at olje-, gass- og leverandørindustrien, som er en veldig viktig industri for Norge, har forutsigbare rammevilkår», sa daværende Ap-nestleder Hadia Tajik i en NTB-artikkel, gjengitt i Nationen (Falnes & De Rosa 2021). Partileder og daværende statsministerkandidat Jonas Gahr Støre kalte forslaget om å sette en sluttdato for oljeindustrien for «enkle løsninger», og argumenterte for å «utvikle, ikke avvike» oljeindustrien (NTB 2021). Det var for øvrig et mantra for Arbeiderpartiet gjennom valgkampen.

På den andre siden av debatten stod partiene MDG, SV, Venstre, Rødt og delvis KrF, som vil stanse eller begrense tilgangen til nye leteområder for petroleumsnæringen. MDG gikk lengst og vedtok et ultimatum for å støtte en rødgrønn regjering. For Venstre var kravet om stans i oljeleting «øverst på blokka» dersom de skulle havne i en posisjon til å forhandle om regjeringsmakt (Sæther 2021a), men de ville ikke sette det som noe ultimatum. Heller ikke SV satte stans av oljeleting som noe ultimatum i mulige regjeringsforhandlinger, men varslet at letestans ville bli en svært sentral sak (Sæther 2021b).

Daværende statsminister Erna Solberg mente oljedebatten fikk for stor plass i valgkampen. «I Norge er spørsmålet knyttet til klima blitt veldig synonymt med spørsmålet om olje og oljeproduksjon. Om vi skal nå klimamålene våre, så er det helt andre områder de store tingene må gjøres på», sa hun til Aftenposten, og forsøkte å føre klimadebatten over på andre spor (Gausen 2021). Solberg løftet isteden fram økt CO₂-avgift som den viktigste politiske løsningen på klimaendringene for Norge sin del (Gausen 2021). CO₂-avgiften var

ikke en ubetydelig del av klimadekningen i valgkampen, men er nevnt som tema i 34 av artiklene i utvalget. CO₂-avgiften kan imidlertid knyttes til olje- og gassdebatten, da målet med avgiften, slik Erna Solberg formulerer det, «er å få kostnadene på fossilt opp, slik at andre energiformer som hydrogen og ammoniakk kan bli konkurransedyktig i tungtransporten og til sjøs» (Gausen 2021). Med andre ord er målet med CO₂-avgiften å redusere etterspørselen etter olje, kull og gass, og gjøre fossile energikilder overflødige. Mens CO₂-avgiften retter seg inn mot å strupe etterspørselen etter olje og gass, retter en letestans seg inn mot å strupe tilbudet etter olje og gass.

31. august 2021 kom en rapport som fikk mye medieoppmerksomhet, og holdt olje- og gassdebatten gående inn i slutfasen av valgkampen. Analyse- og rådgivingselskapet Rystad Energy slapp rapporten «Utslippseffekten av produksjonskutt på norsk sokkel», bestilt av bransjeorganisasjonen Norsk olje og gass. Den konkluderte med at kutt i norsk gassproduksjon sannsynligvis vil føre til økte klimautslipp globalt, at kutt i oljeproduksjon sannsynligvis vil gi marginalt lavere utslipp globalt, mens kutt i olje- og gassproduksjon samlet vil føre til økte utslipp globalt (Myrset & Vikingstad 2021). Rapporten var omtalt og omstridt før den ble lansert, etter at programleder Fredrik Solvang konfronterte MDG-leder Une Bastholm med funnene i rapporten under partilederdebatten i Arendal 16. august, selv om de ikke var offentliggjort enda (Falnes 2021a). Rapporten ble omtalt i flere medier da den ble lansert to uker etter partilederdebatten, og fikk blandet mottakelse. Frp-nestleder Ketil Solvik-Olsen mente rapporten viser at «Norge bør være det siste landet i verden som faser ut olje- og gassnæringen» (Myrset & Vikingstad 2021). Både miljøorganisasjonene WWF og Greenpeace, og MDG, kritiserte rapporten for å være et bestillingsverk for å fremme interessene til olje- og gassbransjen (Myrset & Vikingstad 2021). SV og Lars Haltbrekken mente rapporten forsøkte å skyve Norges ansvar under teppet: «Uavhengig av alle rapporter er Norge verdens sjuende største eksportør av CO. Det kommer vi ikke unna med, og det gir oss et åpenbart ansvar for verdens klimagassutslipp» (Myrset & Vikingstad 2021). Om rapportens funn om at de globale utslippene kan øke ved norsk produksjonskutt, skrev daværende stortingskandidat for MDG, Rasmus Hansson (2021) i Aftenposten: «Denne helt sprø påstanden er ingen nyhet. [...] Oljebransjen har penger og makt til å påvirke gjennom egne bestillingsverk. Vi kjenner dette igjen fra tobakksindustrien, som i tiår saboterte en helsepolitikk som var basert på sannhet». NTB skrev at Norsk olje og gass var

åpne om at målet med rapporten var å påvirke valgkampen, i en sak gjengitt av Bergens Tidende (Falnes 2021a). Debatten om klimaeffekten av kutt i norsk olje- og gassproduksjon er ikke ny. Den var oppe i valgkampen 2013 også, da en studie fra SSB viste at norsk oljekutt kunne føre til globale kutt i klimagassutslipp. SSB-rapporten fra 2013 ble også trukket fram i valgkampen i 2021, i forbindelse med Rystad Energy-rapporten. Da en av forskerne bak SSB-rapporten, Knut Einar Rosendahl, ble intervjuet av Stavanger Aftenblad i august, fastholdt han at oljekutt i Norge vil føre til globale utslippskutt, og sa: «vi mener denne konklusjonen er robust» (Skarsaune 2021). SSB-forskerne så kun på effekten av kutt i oljeproduksjon, ikke gassproduksjon. SSB-rapporten fikk mindre dekning i 2013 enn Rystad Energy-rapporten gjorde i 2021, og det ble ingen stor debatt i etterkant av SSB-rapporten, slik det ble i etterkant av Rystad Energy-rapporten (Eide & Naper, 2014, s. 56). Det er en indikasjon på at større deler av offentligheten er interessert i å ta klimadebatten knyttet til Norges olje- og gassproduksjon nå enn tidligere.

På tampen av valgkampen foreslo regjeringen å endre skattesystemet for olje- og gassnæringen, i form av hvordan oljeselskaper betaler skatt og hva de får igjen på skatten (Johansen & Gausen 2021). Forslaget innebar å avvikle leterefusjonsordningen, og «[d]agens regler for avskrivning og friinntekt i særskatten skal fra og med 2022 erstattes med en kontantstrømskatt med umiddelbart fradrag for investeringskostnader» (Johansen & Gausen 2021). Denne oljerelaterte saken fikk betydelig nyhetsdekning, og dominerte nyhetsbildet og utvalget i en periode. Det var blant annet uenighet om betydningen av forslaget, både for klima og for oljebransjen. Daværende olje- og energiminister Tina Bru (H) understreket at «[d]ette handler ikke om klima- og miljøpolitikk. Dette er finanspolitikk» med mål om å sikre at ulønnsomme prosjekter ikke blir bygget ut (Haugan et al. 2021). Daværende klima- og miljøminister Sveinung Rotevatn (V) sa imidlertid at forslaget hadde noe med klima å gjøre. «Dette innebærer mindre klimarisiko, og dette forslaget er i tråd med en av anbefalingene fra klimarisikoutvalget», sa han på pressekonferansen der forslaget ble presentert av regjeringen (Haugan et al. 2021). Politisk kommentator i Aftenposten, Kjetil Alstadheim (2021), mente klimaendringene var en del av forklaringen for hvorfor forslaget kom. «Bak ligger blant annet bekymringen for økende klimarisiko knyttet til investeringer i olje og gass» (Alstadheim 2021). Både Ap-leder Støre og Sp-leder Vedum ville se forslaget i sin helhet før de tok stilling til det, men holdt muligheten for å støtte det

åpen (Falnes & Helge Larsen 2021). Frp-leder Sylvi Listhaug erklærte på sin side at det var uaktuelt å støtte noe slikt forslag, og sa: «Med dette forslaget kan jeg si med en gang at regjeringen ikke vil overleve denne budsjettøsten om de skal gjøre det opp med oss» (Vikingstad 2021b). SV var derimot så positive at partiets miljøpolitiske talsperson Lars Haltbrekken takket Høyre: «Høyre har med dette forslaget gitt klimakampen nytt moment og SV en sterk posisjon i forhandlinger om regjeringsmakt», sa han til Adresseavisen (Granviken 2021). Haltbrekken mente forslaget innebar at «[d]en skattefinansierte doping av leting etter nye olje- og gassfelt kan opphøre» (Granviken 2021). Det var imidlertid en del uenighet og usikkerhet knyttet til hva forslaget faktisk ville bety for framtidig petroleumsaktivitet og effekten på klimagassutslipp. Analytiker i Nordea Markets, Jørgen V. Brauset, sa til Klassekampen «at endringer i leterefusjonsordningen ikke vil påvirke de etablerte selskapene på norsk sokkel i stor grad» (Henmo & Skårderud, 2021). Avisen intervjuet også professor emeritus i samfunnsøkonomi, Diderik Lund, som mente forslaget var godt fordi «selskapene ikke lenger får fullt så gunstige fradrag for investeringer. [...] Det vil gjøre at prosjekter ikke lenger kan bli gjort lønnsomme på grunn av for gunstige fradrag» (Henmo & Skårderud, 2021). Lund påpekte imidlertid at på grunn av den gunstige skattepakken som ble gitt til oljebransjen under koronapandemien, vil vi «ikke se full effekt av dette før om åtte, ni år. Det aller meste av investeringene det neste tiåret vil fortsatt være kraftig subsidiert» (Henmo & Skårderud, 2021). Forslaget fikk også blandet mottakelse i oljebransjen. Tidligere direktør i oljeselskapet Okea, Erik Haugane, kalte de foreslåtte endringene «ok», «små» og «ikke veldig dramatiske» (Henmo & Skårderud, 2021). Konserntillitsvalgt for Safe i Equinor, Bjørn Asle Teige, var derimot «spesielt bekymret for den delen av olje- og gassbransjen som er innenfor flyterigg, skip og seismikk», og sa til Stavanger Aftenblad: «Vi har noen tusen medlemmer som jobber innenfor den delen av sektoren. Totalt sett vil ikke de foreslåtte endringene fra regjeringen være bra for disse medlemmene. Og heller ikke generelt for bransjen» (Grøndal 2021). Også deler av miljøbevegelsen var skuffet over forslaget. «Dette er ingen seier for miljøbevegelsen», sa leder i Naturvernforbundet Truls Gulowsen til Stavanger Aftenblad (Tollaksen 2021). Han begrunnet dette utsagnet med at «[d]et nye forslaget vil ha en boost-effekt for oljeselskapene på kort sikt som vi så i koronapakken. Med full avskrivning på ett år, gis selskapene mer kapital på kort sikt, mens statens oppside skyves lenger fram i tid» (Tollaksen 2021). Greenpeace og leder Frode Pleym støttet forslaget, men var klar på at det

ikke gikk langt nok (Tollaksen 2021). Bransjeorganisasjonen Norsk olje og gass ga tomme opp til forslaget da høringsbrevet ble klart, noe som fikk MDG til å ta avstand fra forslaget (Wig 2021). «Venstre og SV har gitt inntrykk av at dette er klimaseier. Men når selv oljelobbyen omfavner oljeskatten, er bløffen avslørt» sa daværende stortingskandidat Lan Marie Berg til Aftenposten (Wig 2021). Forslaget om endret oljeskatt bidro til å holde både oljedebatten og klimasaken høyt på mediens agenda helt inn mot slutten av valgkampen. De store uenighetene mellom partiene, ekspertene og bransjeaktørene om forslaget betydning, illustrerer hvorfor klima- og petroleumsfeltet er krevende å dekke for journalister, og hvorfor det er behov for spesialister på klimafeltet i mediebransjen. Spesialister vil ha en bedre forutsetning enn generalister til å komme forbi retorikken og spillet, og til å stille de gode, kritiske spørsmålene.

5.5.2 En oljedebatt i endring

Ja eller nei til videre olje- og gassleting på norsk sokkel var den største debatten i klimavalgkampen 2021. Også i valgkampen i 2013 handlet deler av debatten om «hvorvidt Norge skal kjøle ned tempoet i videre oljeleting eller ei», der «spørsmålet om klima og olje kokes ned til hvorvidt Norge bør opprettholde eller dempe sin oljeproduksjon» (Eide & Naper 2014, s. 57). Likevel viser funnene i denne studien at oljedebatten har utviklet seg på flere områder siden 2013. Blant annet retorisk.

Anne Karin Sæther (2017) skriver om hvordan en rekke argumenter for olje og gass har blitt brukt i lang tid, som hun kategoriserer som myter, for eksempel at *norsk olje er klimavennlig* og at *norsk olje og gass hjelper verdens fattigste*. Jeg har ikke gjort en kvalitativ analyse av retorikken til kildene som argumenterer for fortsatt oljeleting, men disse to argumentene ser ut til å være stort sett fraværende i artiklene i utvalget. Det gjennomgående argumentet for videre olje- og gassleting i valgkampen 2021 var at vi må fortsette fordi vi trenger arbeidsplassene, og vi trenger kompetansen i olje- og gassnæringen til det grønne skiftet. Den retorikken tok for eksempel både Høyre og Arbeiderpartiet i bruk, som vist tidligere i kapitlet. Et annet hovedargument som ble brukt for å fortsette letingen, var det Rystad Energy kom fram til i sin rapport: at kutt i norsk olje- og gassproduksjon samlet sett ikke vil redusere de globale utslippene, men tvert imot vil øke dem.

Eide og Naper skriver noe om hvilke argumenter som var i bruk i valgkampen i 2013. Blant annet viser de til at fattigdomsargumentasjonen fremdeles var til stede fra regjeringspolitikere.

En studie fra SSB som viser at 'Oljekutt [i Norge] kan være effektiv klimapolitikk' (omtalt i Aftenposten 20.08.2013) skaper debatt. Den stiller spørsmål ved regjeringens påstand om at oljen hjelper fattige. Stavanger Aftenblad viser til studien og skriver at 'verdens fattige ikke trenger norsk olje og gass' (Stavanger Aftenblad 20.08.2013). Arild Hermstad i Framtiden i våre hender sier at han synes det er 'oppsiktsvekkende' at oljeindustrien har fått med seg både Høyreleder Erna Solberg og statsminister Jens Stoltenberg til å spre denne typen falske myter om at oljeindustrien bekjemper fattigdom (Stavanger Aftenblad 20.08.2013) (Eide & Naper 2014, s. 56).

Verken Erna Solberg eller Jonas Gahr Støre snakket om at norsk olje kunne hjelpe verdens fattige i valgkampen i 2021, og det gjorde tilsynelatende ingen andre politikere heller. Hvorvidt disse mytene faktisk er ute av bruk i olje- og gasdebatten, trengs det imidlertid mer forskning for å slå fast sikkert.

Flere ting har endret seg i oljedebatten fra 2013 til 2021. I 2013 fikk Miljøpartiet de grønne mye av æren for at olje i det hele tatt ble diskutert (Eide & Naper 2014, s. 56). MDG er det mest siterte partiet i utvalget i 2021, og fremmet oljedebatten gjennom sitt ultimatum om oljeleting. Kanskje hadde dekningen blitt noe mindre omfattende uten MDG-politikere som stadig løftet saken i møte med pressen. Likevel er det sannsynlig at både klima og olje hadde fått stor plass i mediene i valgkampen 2021 uavhengig av MDG, blant annet fordi rapporten fra FNs klimapanel ble så viktig. FNs generalsekretær António Guterres sparket selv i gang debatten ved fremleggelsen av rapporten da han sa at «[d]enne rapporten må bli dødsstøtet for kull og fossile energikilder, før de ødelegger planeten vår» (Holst 2021). En annen viktig faktor for at debatten fikk plass, var at flere ønsket den velkommen. Som vist tidligere i kapitlet, presset partier som SV, Venstre og Rødt på for letestans, sammen med MDG. I tillegg var det et bredt spekter av stemmer fra sivilsamfunnet som tok til orde for det samme, inkludert forfattere, samfunnsøkonomer og kommentatorer i pressen. Dette fikk flere motstemmer på banen. Samlet danner det seg et inntrykk av at debatten for eller imot

videre oljeleting har blitt viktigere siden valget i 2013, og at den har en bredere appell i samfunnet.

Det kommer også til syne gjennom detaljnivået i debatten. I 2021 handlet det meste av debatten om olje- og gassleting i stort, og hvordan standpunkt i denne saken kunne påvirke klimagassutslipp og de kommende regjeringsforhandlingene. I 2013 handlet mye av debatten om å åpne Lofoten, Vesterålen og Senja for oljeboring, og hvordan standpunkt i den saken kunne påvirke regjeringsforhandlingene. Eide og Naper (2014, s. 51) påpeker for eksempel at i 2013 ble koblingen mellom klima og olje ofte nevnt i artikler om oljeboring i Lofoten og Vesterålen. Videre beskriver de debatten slik:

‘Oljefritt Lofoten, Vesterålen og Senja [...] kan bli helt avgjørende for om det i det hele tatt blir regjeringsforhandlinger [blant de borgerlige]’, skriver Dagsavisen i en nyhetsartikkel (13.9.2013). ‘Oljekampen splitter Norge’, skriver Aftenposten (4.9.2013), og Stavanger Aftenblad supplerer med at ‘Oljeleting i Lofoten og Vesterålen er en nøtt som må knekkes’ (11.9.2013). (Eide & Naper 2014, s. 55).

I 2021 var ikke oljeboring i Lofoten og Vesterålen et tema i valgkampen i det hele tatt. Det virker å være politisk konsensus om å la områdene være i fred. Debatten har dermed flyttet seg fra å handle mest om et mindre geografisk område, til å handle om hele Norges petroleumsfremtid i større grad enn tidligere.

Debatten er også tettere knyttet opp mot klimaendringene enn tidligere. Det er kanskje ikke overraskende, gitt hvordan samfunnet har endret seg i perioden. Som vist i kapittel 1.3 har klimaforskningen blitt enda tydeligere på både årsakene til og konsekvensene av klimaendringene. Forskningen etterlater ingen tvil om at verden må kutte dramatisk og raskt i bruken av olje, kull og gass for å bremse klimaendringene og unngå de mest fatale konsekvensene. Som en konsekvens av dette, og som vist i kapittel 2.3, er retorikken rundt fossile energikilder også i endring. Videre gjør det nye norske klimamålet, redegjort for i kapittel 2.3, at oljepolitikken må knyttes tettere sammen med klimapolitikken enn tidligere. Artikkene i utvalget viser at dette også skjer i praksis; olje og gass knyttes tett til klimasaken i alle debattene rundt olje og gass gjennom valgkampen. Det er ikke lenger én separat debatt om Norges petroleumpolitikk, og én separat debatt om Norges klimapolitikk. Petroleumpolitikken henger nå tett sammen med klimapolitikken. Oljedebattens dominans

kan være et uttrykk for at det norske klimaparakset er i ferd med å slå sprekker. Utvalget i studien er ikke preget av saker om å ta klimakutt i utlandet heller enn i Norge, eller saker om hvordan Norge kan og bør jobbe for å ha en internasjonal lederposisjon på klima. For mange politiske aktører holder det ikke lenger at Norge forsøker å være en klimahelt i utlandet. De krever grep også på hjemmebane, grep som stadig flere politikere lover.

Kapittel 6 Konklusjon

6.1 Fellestrekk og utvikling

Jeg har i denne masteroppgaven undersøkt *hvordan klima ble dekket og prioritert i norsk presse i stortingsvalgkampen i 2021*, og hvordan dekningen og prioriteringen var, sammenlignet med stortingsvalget i 2013. Stortingsvalget 2021 ble et klimavalg, og klimadekningen i de ti avisene i utvalget i perioden var rekordstor sammenlignet med tidligere stortingsvalg på 2000-tallet. Dekningen var betydelig mer omfattende i 2021 enn ved stortingsvalget i 2013. Likevel avdekker denne studien mange likhetstrekk i klimadekningen i pressen ved de to valgene. Det tyder på at mediedekningen av både valgkamper og klima i valg følger etablerte normer til en viss grad. Det er en ganske lik fordeling mellom ulike typer kilder som er sitert i de to studiene. Kjønnfordelingen mellom menn og kvinner er mindre ujevn i 2021, men mannlige kilder er i et klart flertall både i 2013 og 2021. Klima- og miljøorganisasjoner kommer mindre til orde i 2021 enn i 2013. Jevnt over er det likevel mange av de samme aktørene som innehar rollene i medievalgkampen, hvor politikerne har den klare hovedrollen. Videre er klimadekningen ved begge stortingsvalgene dominert av meningsinnlegg framfor nyhetssaker, og det er få forsideoppslag og reportasjer som handler om klima. Oppsøkende, undersøkende og kritisk nyhetsjournalistikk er til en viss grad nedprioritert. Selv om klima sto høyt på dagsorden i 2021, er det flere faktorer som peker på at mediene ikke nødvendigvis prioriterte klima høyere i 2021 enn i 2013 – til tross for at klima ble en mye viktigere sak ved det siste stortingsvalget.

Det politiske spillet og olje og gass var de to dominerende temaene i pressens klimadekning både ved stortingsvalget i 2013 og 2021. Det er naturlig at det politiske spillet tar stor plass i medienes valgkampdekning, da «valgkamp i økende grad er blitt identisk med medievalgkamp» (Allern 2001, s. 15). Det går imidlertid an å skille mellom *spillet mellom partiene* og *det som står på spill*. Det som står på spill i møte med klimaendringene, fikk en viss plass i dekningen i 2021. Like fullt tar det politiske spillet mellom partiene såpass stor plass at det kan tenkes at «politiske saker undermineres når journalistene først og fremst vinkler sakene mot det politiske spillet» (Hjarvard 1999; Allern 2001, sitert i Eide & Naper 2014, s. 55). Både i 2013 og 2021 er det mange klimarelaterte temaer som får liten eller ingen dekning, til tross for at de kan ha stor betydning for hvordan Norge og verden både bremses og tilpasser seg klimaendringene. Det viser hvordan mediemakt kan brukes til

«neglisjering, bortdefinering og usynliggjøring» (Allern 2001, s. 60), i dette tilfellet av sider ved klimakrisen og håndteringen av den i Norge. Heller enn at mange klimarelaterte temaer får mye spalteplass, er det særlig ett klimarelatert tema som dominerer; olje og gass.

Debatten om Norges olje- og gassproduksjon tar enda større plass i 2021 enn i 2013. Ettersom klimaendringene har blitt mer synlige og alvorlige, og vi har fått mer inngående kunnskap om dem, er det ikke overraskende at olje- og gassdebatten har blitt mer fremtredende. Bruk av fossile ressurser er en av kjernene i klimaproblemet, og Norge er en stor eksportør av olje og gass – og dermed også skadelige utslipp. Den norske olje- og gassdebatten har utviklet seg retorisk og innholdsmessig på åtte år. Studien viser at det har blitt vanskeligere å skille klimapolitikk og oljepolitikk fra hverandre i det norske offentlige ordskiftet enn tidligere. Der olje og gass skrives om i utvalget, knyttes det til klimaendringene. Det norske klimaparakset, der Norge vil være en stormakt på internasjonal klimapolitikk og samtidig fortsette med storstilt olje- og gassutvinning som skader klimaet, er fortsatt praktisk politikk. Men denne politikken kan oppleves mer problematisk når klima og olje ses i tett sammenheng, da det tydeliggjør hvor paradoksal den faktisk er. Det er fortsatt et bredt politisk flertall for videre olje- og gassleting, og spørreundersøkelser viser at politikken fremdeles har mer støtte enn motstand i befolkningen, selv om motstanden har økt. Den intense debatten for og imot videre olje- og gassleting i valgkampen – valgkampens store debatt i pressen – viser likevel en økt motstand mot dagens politiske linje. Det øker presset på at det norske klimaparakset må løses, ikke bare konstateres.

6.2 En presse som presser makta

Historien har vist hvordan argumenter som at norsk olje er klimavennlig, og at norsk olje hjelper verdens fattige, fikk dominere historiefortellingen i mediene og det norske samfunnet i lang tid, til tross for at sannhetsgehalten i disse argumentene i beste fall er svært tvilsom (Sæther 2017). Slik Mediemangfoldsutvalget påpeker, er det mediernes samfunnsviktige journalistikk «som opplyser borgerne og setter oss i stand til å delta i diskusjoner og beslutninger» (NOU 2017:7, s. 9). Skal mediene oppfylle dette samfunnsoppdraget, må de sørge for at både nyhetsdekning og debatter er basert på fakta. Mediene burde derfor ha møtt de gamle oljeargumentene med flere kritiske spørsmål, slik at usannheter og unøyaktigheter ikke fikk dominere debatten om Norges største, viktigste

og mest forurensende næring over flere år. Argumentene for petroleumsnæringen har endret seg, men mediernes kritiske sans er like viktig. De rådende argumentene for en fortsettelse av dagens olje- og gasspolitikk i valgkampen 2021 handlet om økonomi, arbeidsplasser og hvordan petroleumsjobbene kan spille en viktig rolle i det grønne skiftet, og at næringen derfor ikke kan avvikles. Påstanden om at Norge *må* ha en stor og sterk olje og gass-industri for i det hele tatt å kunne gjennomføre et grønt skifte med fornybare satsinger, er tvilsom. Tidligere har lignende tvilsomme oljepåstander blitt føret politikere fra lobbyorganisasjoner som Norsk olje og gass (Sæther 2017). Mediene bør derfor stille flere kritiske spørsmål når slike påstander kommer fra politisk hold, for å avdekke hvor de kommer fra, om de stemmer, og hvilke interesser de tjener. Først da fyller mediene sitt samfunnsoppdrag om å opplyse og sette borgerne «i stand til å delta i diskusjoner og beslutninger» (NOU 2017:7, s. 9). Denne studien viser at enkelte slike kritiske røster finnes i mediene, for eksempel på kommentatorplass fra flere kommentatorer i Dagsavisen. Men den kritiske tilnærmingen bør finne veien inn i nyhetsjournalistikken i større grad.

Det er ingen tvil om at petroleumsindustrien fører til betydelige inntekter og sysselsetter mange mennesker, argumenter som i seg selv er legitime. Disse argumentene står opp mot hensynet til klimagassutslipp, og i største konsekvens, mot natur og naturmangfold, og levestandarden og sikkerheten til alle mennesker i årene som kommer, når klimaendringene blir mer alvorlige. Ettersom en annen viktig del av mediernes samfunnsoppdrag går ut på å sikre «at det som ikke fungerer i samfunnet blir kritisk belyst og gransket av uavhengige redaksjoner» (NOU 2017:7, s. 9), bør hensynet til oljeinntekter versus hensynet til klima bli kritisk belyst. Fungerer det virkelig å fortsette med dagens oljepolitikk om klimamålene skal nås? En kritisk presse bør sette ethvert olje- og gassprosjekt (samt ethvert annet utslippsintensivt prosjekt og ethvert politisk klimatiltak) opp mot 1,5-gradersmålet og opp mot regjeringens egne klimaambisjoner, for å avdekke hvorvidt de er i tråd med dagens klimamål.

Journalister og redaksjoner har muligheten til å sette dagsorden i mediebildet selv, blant annet gjennom avsløringer og kritisk journalistikk. Aftenpostens avsløringer av hvordan stortingspolitikere og regjeringsmedlemmer har misbrukt ordningen med pendlerboliger er et slikt eksempel. Flertallet av nyhets saker blir imidlertid ikke til på den måten. Hall et al. (1978, sitert i Schlesinger 1990) slo fast at «[t]he media, then, do not simply 'create' the

news [...] the media are frequently not the 'primary definers' of news events at all». Oftest er det eksterne faktorer som setter dagsorden. Noen ganger er det tips og påvirkning fra maktpersoner og andre kilder, men ofte er det hendelser utenfor mediernes kontroll som treffer på nyhetskriteriene, som setter dagsorden. En verdensomspennende pandemi. Krig i Ukraina. Stortingsvalg. Presidentvalg i USA. Politiske vedtak som får innvirkning på folks liv. Klimaendringer ute av kontroll. I stortingsvalgkampen 2021 var det i liten grad mediene selv som valgte å sette klimaendringene på dagsorden. En perfekt storm med ekstremvær som hovedingrediens la til rette for at en ny rapport fra FNs klimapanel ble den største agendasetteren.

Mediene bør ikke vente til den neste perfekte stormen dukker opp med å sette klimaendringene høyt på dagsorden igjen. Det er for mye som står på spill. Nyhetsmedier vil intuitivt se på det som sin oppgave å skrive sak hvis en stor bro i Norge kollapser. Klimaendringene er som en bro som kollapser hver dag. Men hvordan kan mediene best dekke en bro som kollapser hver dag journalistisk? Gjennom kritisk og undersøkende journalistikk, som avdekker hvilke mekanismer som gjør at broen fortsetter å kollapse, som stiller politikere til ansvar for den daglige kollapsen, og som belyser de løsningene som hindrer fremtidig kollaps. Skal mediene lage kritisk og undersøkende klimajournalistikk, trenger journalistene kompetanse, blant annet om næringslivet, oljeindustrien, lobbyvirksomhet, politiske mekanismer, norsk økonomi og naturvitenskap. Slik kompetanse krever ressursbruk og spesialisering. Nedbemanningen gjennom flere dårlige år i mediebransjen, har ført til færre spesialiserte journalister og høyere arbeidspress (Figenschou & Eide 2021). Norske redaksjoner må derfor ta aktive valg om å prioritere klimajournalistikk høyere. Med sin unike posisjon til å koble sammen folket, klimaforskning og politisk handling, kan mediene påvirke i hvor stor grad vi klarer å bremse alvorlige klimaendringer. Mediene trenger ikke bli klimaaktivistiske for å lykkes med dette. De trenger bare å lage god journalistikk.

6.3 Videre forskning

Mitt håp er at noen fortsetter denne forskningen, og gjennomfører lignende studier ved stortingsvalgene i 2025 og 2029. Med mindre papiravislesningen i Norge stabiliserer seg på dagens nivå, vil papirdilemmaet som ble diskutert i kapittel 3 sannsynligvis være enda større ved stortingsvalg i fremtiden, og det spørs om fremtidige studier bør endre innretningen på

undersøkelsen, og inkludere nettaviser i utvalget. Det er også mulig å gjøre mer utdypende funn ved å kombinere fremtidige studier med kvalitative intervjuer eller andre forskningsmetoder.

Denne studien viser noen interessante tendenser, som kan undersøkes nærmere i videre forskning. En av dem er hvordan de retoriske argumentene for fortsatt olje- og gassleting, og fortsatt høyt produksjonsnivå, er i ferd med å endre seg. En annen er hvordan balansen mellom *det som står på spill og spillet mellom partiene* egentlig vektet i mediens valgkampdekning.

Jeg har forsøkt å gjøre en analyse av hvordan avismediene i studien prioriterte klima i sin dekning av stortingsvalget 2021. Overordnet trengs det mer forskning på hvordan norske medier jobber med klimafeltet organisatorisk, hvordan klima bakes inn i andre journalistiske felt, hvordan mediene prioriterer klimadekning opp mot annen dekning, samt hvordan mediene prioriterer å dekke noen klimarelaterte temaer og felt over andre – og hvorfor det er sånn.

Litteratur

Aalberg, Toril & Curran, James (2012). *How Media Inform Democracy. A Comparative Approach*. New York: Routledge.

Aardal, Bernt (2003). *Velgere i villrede. En analyse av stortingsvalget i 2001*. Oslo: N.W. Damm og Søn.

Aftenposten (2021, 6. september). Norge trenger en ny oljepolitikk. *Aftenposten*, side 2.

Aglen, Tone Sofie (2021a, 20. august). Stemningsskiftet kan bli en gamechanger. *VG*, side 2-3.

Aglen, Tone Sofie (2021b, 27. august). Suksess gjør blind. *VG*, side 2-3.

Akerbæk, Eva & Dahlback, Morten Langfeldt (2021, 27. august). Norge blant verdens største CO2-eksportører. *Faktisk.no*. Hentet fra: <https://www.faktisk.no/>.

Alstadheim, Kjetil B. (2021, 1. september). Endelig! (Dette burde skjedd for lenge siden.) *Aftenposten*, side 22.

Andersson, Atle (2021a, 2. september). Flertallet vil ha salg av bensin- og dieserbiler også fra 2025: – Kjøpe elbil? Kommer ikke på tale. *Bergens Tidende*, side 16-21.

Andersson, Atle (2021b, 12. september). Skal vannkraft fra Vestlandet skape ny industri eller sendes ut i Nordsjøen? *Bergens Tidende*, side 6-7.

Barth-Heyerdahl, Øystein (2021, 10. september). Her dominerer vindturbinene. *Nordlys*, side 18-21.

BBC (2021, 1. juli). Canada Lytton: Heatwave record village overwhelmingly burned in wildfire. *BBC*. Hentet fra: <https://www.bbc.com/news>.

Bjerke, Paul; Fonn, Birgitte Kjos & Mathisen, Birgit Røe (2019). *Journalistikk, profesjon og endring*. Stamsund: Orkana Akademisk.

Bjerke, Paul (2019). McManus revisited – 25 år etter. I Bjerke, Paul; Fonn, Birgitte Kjos og Mathisen, Birgit Røe (Red.). *Journalistikk, profesjon og endring*. Stamsund: Orkana Akademisk.

- Bjerke, Paul; Øverbø, Turid & Brurås, Svein (2012). Nyheter og nyhetsproduksjon. I Brurås, Svein (Red.). *Nyhetsvurderinger. På innsiden av fem redaksjoner*. Kristiansand: IJ-forlaget.
- Bjerkestrand, Frode (2019, 28. desember). Vepsebolet er varmt nok nå. *Bergens Tidende*. Hentet fra: <https://www.bt.no>.
- Bjerkholt, Bård (2021, 27. august). Kullproblemet. *Dagens Næringsliv*, side 2.
- Bjørklund, Tor (2020). Fra gjenreisingsvalg til velferdsvalg – noen trekk ved norske valg etter krigen. I Bergh, Johannes; Haugsgjerd, Atle H. og Karlsen, Rune (Red.). *Valg og politikk siden 1945. Velgere, institusjoner og kritiske hendelser i norsk politisk historie*. Oslo: Cappelen Damm Akademisk.
- Boykoff, M.; Katzung, J.; Nacu-Schmidt, A. & Pearman, O. (2022a). *A Review of Media Coverage of Climate Change and Global Warming in 2021*, Media and Climate Change Observatory, Cooperative Institute for Research in Environmental Sciences, University of Colorado. Hentet fra: <http://sciencepolicy.colorado.edu>.
- Boykoff, Maxwell; Fernández-Reyes, Rogelio; Katzung, Jennifer; Nacu-Schmidt, Ami & Pearman, Olivia (2022b). *Monthly Summaries, Issue 62, February 2022*. Media and Climate Change Observatory, Cooperative Institute for Research in Environmental Sciences, University of Colorado. Hentet fra: <http://sciencepolicy.colorado.edu>.
- Boykoff, M.; Aoyagi, M.; Ballantyne, A.G.; Benham, A.; Chandler, P.; Daly, M.; Doi, K.; Fernández-Reyes, R.; Hawley, E.; Jiménez Gómez, I.; Lyytimäki, J.; McAllister, L.; McNatt, M.; Mervaala, E.; Mocatta, G.; Nacu-Schmidt, A.; Oonk, D.; Osborne-Gowey, J.; Pearman, O.; Petersen, L.K.; Simonsen, A.H. & Ytterstad, A. (2022c). *World Newspaper Coverage of Climate Change or Global Warming, 2004-2022. Media and Climate Change Observatory Data Sets*. Cooperative Institute for Research in Environmental Sciences, University of Colorado. Doi.org/10.25810/4c3b-b819.
- Boykoff, Maxwell T. & Yulsman, Tom (2013). Political economy, media, and climate change: sinewsof modern life. *WIREs Clim Change* 4 (2013), side 359–371. Doi: 10.1002/wcc.233.

- Boykoff, Maxwell T. & Boykoff, Jules M. (2004). Balance as bias: global warming and the US prestige press. *Global Environmental Change* 14 (2004), side 125–136.
Doi:10.1016/j.gloenvcha.2003.10.001.
- Bredeveien, Jo Moen (2021, 24. august). Historien gjentar seg for Sp? *Dagsavisen*, side 4-5.
- Climate Action Network International (u. å.). FOSSIL OF THE DAY AT COP26. Hentet fra <https://climatenetwork.org/>.
- Dagsavisen (2021, 2. september). Fornuftig skatteomlegging. *Dagsavisen*, side 4.
- Dale, Brigit & Andersen, Gisle (2018). Til Dovre faller? Norsk olje og grønn omstilling. I Haarstad, Håvard og Rusten, Grete (Red.), *Grønn omstilling. Norske veivalg* (s. 27-44). Oslo: Universitetsforlaget.
- De Rosa, Marie; Haug, Kenneth Gandolf & Gøystdal, Anna Marjatta (2021, 9. august). Oljeministeren om FNs klimarapport: – Vi kommer ikke til å endre norsk oljepolitikk i dag. *NTB*.
- Duarte, Katherine Berrios (2010). *En ubehagelig sannhet om norsk klimadekning*. Bergen: Universitetet i Bergen.
- Eide, Elisabeth; Elgesem, Dag; Gloppen, Siri & Rakner, Lise (2014). *Klima, medier og politikk*. Oslo: Abstrakt forlag.
- Eide, Elisabeth & Naper, Anja (2014). Klimavalg i mediene: Journalistikken og det politiske spillet. I Eide, Elisabeth; Elgesem, Dag; Gloppen, Siri og Rakner, Lise (Red.), *Klima, medier og politikk* (s. 45-64). Oslo: Abstrakt forlag.
- Fadnes, Ingrid (2021, 18. september). Kobbermyggen. *Klassekampen*, side 18-27.
- Falnes, Johan (2021a, 1. september). Omstridt rapport: Økte utslipp ved kutt i norsk gass. Bergens Tidende, side 19.
- Falnes, Johan (2021b, 29. september). SV trekker seg fra sonderingene. *NTB*.
- Falnes, Johan & Helge Larsen, Marius (2021, 1. september). Støre åpner for å vurdere ny oljeskatt. *NTB*.
- Falnes, Johan & De Rosa, Maria (2021, 27. august). Sikter mot 1,5 grader. *Nationen*, side 7.

Figenschou, Tine Ustad & Eide, Elisabeth (2021, 7. februar). Arbeiderklassen i medieskyggen.

Agenda magasin. Hentet fra: <https://agendamagasin.no/>.

Føli, Are (2021a, 18. mai). Ap vil ikke stanse oljeleting etter IEA-rapport. *NTB*.

Føli, Are (2021b, 18. mai). Solberg: Hovedlinjen i oljepolitikken ligger fast. *NTB*.

Galtung, Johan & Ruge, Marit Holmboe (1965). The Structure of Foreign News The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers. *Journal of Peace Research*, vol. 2, side 64-91.

Gausen, Sigrid; Ruud, Solveig; Sørenes, Kjetil Magne; Bergvall, Anne Sofie Lid; Iversen, Birgitte & Gjerde, Robert (2021, 24. august). Ap dobbelt så store som Sp i ny måling. *Aftenposten*, side 4-5.

Gausen, Sigrid (2021, 27. august). Solberg: Klima mer enn olje og oljeproduksjon. *Aftenposten*, side 18.

Gillesvik, Kjetil & Fossen, Erik (2021, 20. august). Ny måling ville gitt historisk valgresultat. *Bergens Tidende*, side 10-11.

Granviken, Simen (2021, 2. september). Avvist av Høyres landsmøte - ble utredet i det skjulte. *Adresseavisen*, side 4.

Grøndal, Kjell-Ivar Gilje (2021, 2. september). - Oljeskatten gjør at vi må trappe ned fortere enn nødvendig. *Stavanger Aftenblad*, side 29-30.

Grøthe, Maren (2021, 31. august). Spis den norske biffen og pølsa med god samvittighet! *Adresseavisen*, side 31.

Haakonsen, Andreas & Solberg, Kristoffer (2021, 21. august). Én av tre i ny VG-måling: Stopp letingen. *VG*, side 4.

Hansson, Rasmus (2021, 7. september). Oljerapporten fra Rystad Energy ser bort fra nesten hele verden. *Aftenposten*, side 28-29.

Haugan, Bjørn; Haakonsen, Andreas; Røsvik, Eirik & Hægeland, Lars (2021 1. september). *De vil bremse leteboringen*. *VG*, side 4.

- Henmo, Jonas Bergvall (2021, 15. september). Tar oppvask etter nedturen. *Klassekampen*, side 10.
- Henmo, Jonas Bergvall & Skårderud, Jo (2021, 2. september). Oljealderen er ikke over. *Klassekampen*, side 6.
- Henmo, Jonas Bervall & Sandvik, Maria Dyrhol (2021, 20. august). Stiller krav til Ap og Sp. *Klassekampen*, side 4.
- Hoel, Per Anders & Lindvåg, Andreas W. H. (2022, 17. mars). Første del av fasiten klar: Hit forsvant KrFs velgere i katastrofevalg. *Vårt Land*. Hentet fra www.vl.no.
- Holst, Fredrik Ljone (2021, 9. august). FNs generalsekretær: Klimarapporten må bli dødsstøtet for fossile energikilder. *NTB*.
- Hurdalsplattformen (2021). *For en regjering utgått fra Arbeiderpartiet og Senterpartiet. 2021-2025*. Hentet fra www.regjeringen.no.
- IEA (2021). *Net Zero by 2050*. IEA: Paris. URL: <https://www.iea.org/reports/net-zero-by-2050>.
- IPCC (2022a). About the IPCC. Hentet 15. februar 2022 fra <https://www.ipcc.ch>.
- IPCC (2022b). Summary for Policymakers. *Climate Change 2022: Impacts, Adaptation, and Vulnerability*. Contribution of Working Group II to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change [H.-O. Pörtner, D.C. Roberts, M. Tignor, E.S. Poloczanska, K. Mintenbeck, A. Alegría, M. Craig, S. Langsdorf, S. Lösche, V. Möller, A. Okem, B. Rama (Red.)]. Cambridge University Press. In Press.
- IPCC (2022c). Summary for Policymakers. In: *Climate Change 2022: Mitigation of Climate Change*. Contribution of Working Group III to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change [P.R. Shukla, J. Skea, R. Slade, A. Al Khourdajie, R. van Diemen, D. McCollum, M. Pathak, S. Some, P. Vyas, R. Fradera, M. Belkacemi, A. Hasija, G. Lisboa, S. Luz, J. Malley, (Red.)]. Cambridge University Press. In Press.
- IPCC (2021a). Annex VII: Glossary [Matthews, J.B.R., V. Möller, R. van Diemen, J.S. Fuglestvedt, V. MassonDelmotte, C. Méndez, S. Semenov, A. Reisinger (Red.)]. In

Climate Change 2021: The Physical Science Basis. Contribution of Working Group I to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change [Masson-Delmotte, V., P. Zhai, A. Pirani, S.L. Connors, C. Péan, S. Berger, N. Caud, Y. Chen, L. Goldfarb, M.I. Gomis, M. Huang, K. Leitzell, E. Lonnoy, J.B.R. Matthews, T.K. Maycock, T. Waterfield, O. Yelekçi, R. Yu, and B. Zhou (Red.)]. Cambridge University Press. In Press.

IPCC (2021b). Summary for Policymakers. *Climate Change 2021: The Physical Science Basis. Contribution of Working Group I to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change* [Masson-Delmotte, V., P. Zhai, A. Pirani, S.L. Connors, C. Péan, S. Berger, N. Caud, Y. Chen, L. Goldfarb, M.I. Gomis, M. Huang, K. Leitzell, E. Lonnoy, J.B.R. Matthews, T.K. Maycock, T. Waterfield, O. Yelekçi, R. Yu, and B. Zhou (Red.)]. Cambridge University Press. In Press.

IPCC (2019). Mbow, C., C. Rosenzweig, L.G. Barioni, T.G. Benton, M. Herrero, M. Krishnapillai, E. Liwenga, P. Pradhan, M.G. Rivera-Ferre, T. Sapkota, F.N. Tubiello, Y. Xu, 2019: Food Security. In: *Climate Change and Land: an IPCC special report on climate change, desertification, land degradation, sustainable land management, food security, and greenhouse gas fluxes in terrestrial ecosystems* [P.R. Shukla, J. Skea, E. Calvo Buendia, V. Masson-Delmotte, H.-O. Pörtner, D.C. Roberts, P. Zhai, R. Slade, S. Connors, R. van Diemen, M. Ferrat, E. Haughey, S. Luz, S. Neogi, M. Pathak, J. Petzold, J. Portugal Pereira, P. Vyas, E. Huntley, K. Kissick, M. Belkacemi, J. Malley, (Red.)]. In press.

Iversen, Birgitte & Nipen, Kjersti (2021, 14. september). Drama for MDG: Hvor ble det av klimastemmene? *Aftenposten*, side 12-13.

Jacobsen, Frithjof (2021, 1. september). MDG sender Støre rett i armene på Rødt. *Dagens Næringsliv*, side 15.

Jakobsen, Siw Ellen (2021, 27. september). Kvinner er mye mindre i nyhetene enn menn. *Forskning.no*. Hentet fra: <https://forskning.no/>.

Joint Research Centre (2022, 21. mars). EU 2021 wildfire season was the second worst on record, finds new Commission report. *European Commission*. Hentet fra: <https://joint-research-centre.ec.europa.eu/>

Johansen, Per Anders & Gausen, Sigrid (2021, 2. september). Regjeringen vil endre oljeskatten. Hva betyr egentlig det? *Stavanger Aftenblad*, side 27-27.

Kihl, Jens (2021, 8. september). Senterpartiet bomma fullstendig: Det blir eit klimaval på bygdene også. *Bergens Tidende*, side 2-3.

Lahn, Bård (2013). *Klimaspillet. En fortelling fra innsiden av FNs klimatoppmøter*. Oslo: Flamme forlag.

Lahn, Bård (2022, 11. april). Netto null (utslipp av klimagasser). *Store norske leksikon*, snl.no. Hentet 4. mai 2022 fra http://snl.no/netto_null_-_utslipp_av_klimagasser.

Lerstang, Amalie Kasin (2021, 11. september). De engasjerte resignerte. *Klassekampen*, side 58.

Lillo-Stenberg, Hennika (2021, 15. september). Mente andre partier cashet inn på klimatrykk. *Dagsavisen*, side 8-9.

Lægland, Martin; Haakonsen, Andreas; Fjellanger, Runa; Ertesvåg, Frank; Røsvik, Eirik; Schmidt, Stig Øystein; Engan, Øyvind & Johnsen, Alf Bjarne (2021, 20. august). Sp-kollapsen. *VG*, side 6-7.

Løf, Andreas (2022, 3. mars). Klimakritikk fra Riksrevisjonen: Norge ikke godt nok rustet for klimaendringer. *NTB*.

Martiniussen, Erik (2021, 8. juni). Norge bommer på nok et klimamål: – Utrolig flaut. *Teknisk ukeblad*. Hentet fra <https://www.tu.no/>.

Mauno, Hanne (2021, 9. september). MDG: - Vi er villige til å ta makt. *Dagsavisen*, side 15.

Medietilsynet (2021). *Norsk medieøkonomi. Ein rapport om den økonomiske utviklinga i norske medieverksemdar 2016–2020*. Hentet fra <https://medietilsynet.no>.

Miljødirektoratet (2022a, 22. februar). Norge har under Parisavtalen tatt på seg en forpliktelse til å redusere utslippene av klimagasser med minst 50 prosent og opp

mot 55 prosent i 2030 sammenlignet med nivået i 1990. Hentet fra

<https://miljostatus.miljodirektoratet.no/>.

Miljødirektoratet (2022b, 22. februar). Norge skal fram til 2020 kutte i de globale utslippene av klimagasser tilsvarende 30 prosent av Norges utslipp i 1990. Hentet fra

<https://miljostatus.miljodirektoratet.no/>.

Miljødirektoratet (2021, 11. november). Norske utslipp og opptak av klimagasser. Hentet fra

<https://miljostatus.miljodirektoratet.no/>.

Milne, Richard (2021, 25. oktober). Drilling shutdown would mean end of green transition, Norway PM warns. *Financial Times*. Hentet fra: <https://www.ft.com/>.

Mjelva, Hans K. (2021, 21. august). Kampen om symbola i klimasaka. *Bergens Tidende*, side 2-3.

Myksvoll, Morten (2021, 28. august). Målingane gir desse to lite å smile for. *Bergens Tidende*, side 12-13.

Myrset, Ola & Vikingstad, Jonas (2021, 1. september). Globale klimagassutslipp kan øke ved norsk produksjonskutt. *Stavanger Aftenblad*, side 8-9.

Nisbet, Matthew (2019). The Trouble With Climate Emergency Journalism. *Issues in Science and Technology*, 35 (4), side 23-26.

Norman, Victor (2021, 21. august). Myk landing? *Dagens Næringsliv*, side 4.

Norsk journalistlag (2021, 14. januar). Medlemsvekst i Norsk Journalistlag. *Norsk journalistlag*. Hentet fra: <https://www.nj.no/>.

NOU 2017:7. *Det norske mediemangfoldet. En styrket mediepolitikk for borgerne*. Oslo: Norges offentlige utredninger.

NTB (2021, 28. august). - Dette har vi sett før i historien. *Stavanger Aftenblad*, side 11-12.

NTB-AFP-AP (2021, 2. august). Dødstallet stiger til 302 etter storflom i Kina. *NTB*.

NTB-TT-DPA (2021, 20. juli). Over 200 døde i flommen i Mellom-Europa – fortsatt letes det etter savnede. *NTB*.

- Orgeret, Kristin Skare (2022). Nyhetskriterier. *Store norske leksikon*, snl.no. Hentet 16. mars 2022 fra <https://snl.no/nyhetskriterier>.
- Parmentier, Frans-Jan (2021, 10. september). Norske oljemyter. *Klassekampen*, side 3.
- Rommetveit, Astrid (2020, 20. februar). NRK løfter klimajournalistikken, ikke klimapanikken. *Journalisten.no*. Hentet fra: <https://journalisten.no/>
- Samset, Bjørn H. (2021). *2070. Alt du lurer på om klimakrisen, og hvordan vi kan komme oss forbi den*. Oslo: Cappelen Damm.
- Schlesinger, Philip (1990). Rethinking the sociology of journalism: Source strategies and the limits of media-centrism. *Public Communication-The New Imperatives: Future Directions for Media Research*, side 61-83.
- Schmunk, Rhianna (2021, 1. november). 595 people were killed by heat in B.C. this summer, new figures from coroner show. *CBC*. Hentet fra: <https://www.cbc.ca/news/>.
- SEI; IISD; ODI; E3G & UNEP (2020). *The Production Gap Report: 2020 Special Report*. <http://productiongap.org/2020report>.
- Sengupta, Somini (2017, 17. juni). Both Climate Leader and Oil Giant? A Norwegian Paradox. *The New York Times*. Hentet fra: <https://www.nytimes.com/>.
- Skarsaune, Erlend (2021, 21. august). Slik fant de svaret på effekten av et eventuelt norsk oljekutt. *Stavanger Aftenblad*, side 12-13.
- Skovsgaard, Morten & Svith, Flemming (2014). Validitet og Reliabilitet. I Skovsgaard, Morten; Hopmann, David N. (Red.). *Forskningsmetoder i journalistik og politisk kommunikation*. København. Hans Reitzels forlag.
- Skrede, Joar (2016). *Kritisk diskursanalyse*. Oslo: Cappelen Damm akademisk.
- Spence, Thomas (2021, 10. juni). MDG: Utfordrer SV, V og KrF til å legge ned veto mot mer oljeleting. *Aftenposten*. Hentet fra: <https://www.aftenposten.no/>.
- SSB (2021a). Tabell 11556: Andel som har brukt tradisjonelle medier og internettmедier en gjennomsnittsdag, etter medietype, statistikkvariabel og år. Hentet fra: www.ssb.no.

SSB (2021b). Tabell 05243: Andel som har brukt ulike medier en gjennomsnittlig uke (prosent), etter medietype, statistikkvariabel og år. Hentet fra: www.ssb.no.

SSB (2022). Tabell 11660: Stortingsvalget. Velgernes viktigste saker (prosent) 1997 – 2021. Hentet fra www.ssb.no.

Strand, Arne (2021a, 4. september). Letingen må stoppe. *Dagsavisen*, side 6.

Strand, Arne (2021b, 21. august). Valgkampen fikk nytt innhold. *Dagsavisen*, side 6.

Støre, Jonas Gahr (2021, 4. september). Klima som ramme for all politikk. *Dagens Næringsliv*, side 4.

Sæther, Anne Karin (2017). *De beste intensjoner. Oljelandet i klimakampen*. Oslo: Cappelen Damm.

Sæther, Jens Marius (2021a, 30. august). - Det skal ikke sprøytes mer kapital og mennesker inn for å lete etter mer olje. *Dagsavisen*, side 8-9.

Sæther, Jens Marius (2021b, 14. september). Klart for politisk sjøslag om den siste oljen. *Dagsavisen*, side 14-15.

Søndeland, Geir & Tollaksen, Tor Gunnar (2021, 8. september). Mars 2021: 26 % er enige. September: 34 % er enige. *Stavanger Aftenblad*, side 8-9.

Tjora, Aksel Hagen (2017). *Kvalitative forskningsmetoder i praksis*. 3. utgave. Oslo: Gyldendal akademisk.

Tjora, Aksel Hagen (2010). *Kvalitative forskningsmetoder i praksis*. 1. utgave. Oslo: Gyldendal akademisk.

Tollaksen, Tor Gunnar (2021, 4. september). Miljøvernere jublet for tidlig: - Dette er ingen seier for miljøbevegelsen. *Stavanger Aftenblad*, side 27.

Tvedt, Knut Are (2022). Stortingsvalg - resultater 1882-2021. *Store norske leksikon*, snl.no. Hentet 18. mars 2022 fra <https://snl.no/Stortingsvalg - resultater 1882-2021>.

Ulstein, Hege (2021a, 15. september). Klimavalget som ikke var et klimavalg, var et klimavalg. *Dagsavisen*, side 4-5.

- Ulstein, Hege (2021b, 7. september). Selvfølgelig sier de ja. *Dagsavisen*, side 14.
- United Nations (2022, 4. april). Secretary-General Warns of Climate Emergency, Calling Intergovernmental Panel's Report 'a File of Shame', While Saying Leaders 'Are Lying', Fuelling Flames. Hentet fra:
<https://www.un.org/press/en/2022/sgsm21228.doc.html>.
- Vestheim, Tone Magni Finstad (2021, 2. september). Tviler på at Senterpartiets fall skyldes klima. *Nationen*, side 8-9.
- Vikingstad, Jonas (2021a, 27. august). Hvor mye makt kan MDG få over landets oljepolitikk? *Stavanger Aftenblad*, side 9.
- Vikingstad, Jonas (2021b, 2. september). Listhaug nekter å støtte regjeringens oljeskatteendring. *Stavanger Aftenblad*, side 26-26.
- West Johnsen, Lars (2021, 25. august). Motstandsbevegelsen De grønne. *Dagsavisen*, side 4-5.
- Wig, Karl (2021, 8. september). – Når selv oljelobbyen omfavner oljeskatten, er bløffen avslørt. *Aftenposten*, side 25.
- WMO (2022, 19. januar). 2021 one of the seven warmest years on record, WMO consolidated data shows. Hentet fra: <https://public.wmo.int/en/media/press-release>.
- Ytterstad, Andreas & Høiby, Marte. Journalistenes klimavalg. I Eide, Elisabeth; Elgesem, Dag; Gloppen, Siri og Rakner, Lise (Red.), *Klima, medier og politikk* (s. 65-82). Oslo: Abstrakt forlag.
- Ytterstad, Andreas & Bødker, Henrik (2022 forthcoming). Climate-Change Journalism in Norway – working with frequency around the “green shift”. *Journalism studies*.
- Østbye, Helge; Helland, Knut; Knapskog, Karl; Larsen, Leif Ove & Moe, Hallvard (2013). *Metodebok for mediefag*. 4. utgave. Bergen: Fagbokforlaget.
- Østbø, Hilde Moi (2021, 30. august). Klima handler om mer enn olje og gass. *Stavanger Aftenblad*, side 16-17.

Vedlegg

Vedlegg 1: Kodebok med kodeinstruks

Kodebok for klimadekning, stortingsvalget i 2021

AVISER (kodeenhet: en artikkel)

1. Artikkel-ID

2. Avis

Navn på avis

- 1 Aftenposten
- 2 Bergens Tidende
- 3 Dagens Næringsliv
- 4 Klassekampen
- 5 VG
- 6 Nationen
- 7 Dagsavisen
- 8 Stavanger Aftenblad
- 9 Nordlys
- 10 Adresseavisen

3. Dato

Med seks tall, dag.måned.år (10.09.21=10. september 2021)

4. Tittel

Tittel på artikkel (fritekst)

5. Forside (synlighet)

- 10 Hovedoppslag

11 Mindre inngang på forside (alt annet enn hovedoppslag)

20 Ikke nevnt på forside

6. Relevans i saken

1 Klima er hovedsaken (det vil si at tittel, ingress og inngang på saken omhandler et klimarelevant tema, og at et klimarelevant tema er hovedfokus i saken.)

2 Klima er et underordnet tema (klima er viktig, men nevnes ikke innledningsvis, og et annet tema fremstår som viktigere/i hovedfokus.)

3 Klima blir bare nevnt (der klima bare er nevnt en eller to ganger, eller i et avsnitt av mange i en lengre sak, og det åpenbart ikke er noe hovedfokus i artikkelen.)

7. Sjanger

Nyhetssjanger

11 Nyheter

12 Reportasje (på stedet), feature

13 Intervju (spørsmål og svar, én person)

14 Portrett (lengre, personlig intervju med én person)

15 Kultur

Meningssjanger

21 Leder

22 Kommentar eller analyse av intern journalist/kommentator (signert)

23 Kommentar eller debattinnlegg fra ekstern

99 Annen sjanger

8. Størrelse på sak (ord)

1 Liten (Færre enn 400 ord)

2 Liten middels (401-700 ord)

3 Stor middels (701-1000 ord)

4 Stor (1001-1500)

5 Langlesing (mer enn 1500 ord)

9. Er det NTB-artikkel?

1 Ja

2 Nei

10. Er første delrapport av IPCCs siste hovedrapport nevnt? (Rapporten fra FNs klimapanel)

1 Ja

2 Nei

11. Er IEAs veikart til nullutslipp i 2050 nevnt eller vist til?

1 Ja

2 Nei

12. Henvises det til sommerens ekstremvær?

1 Ja

2 Nei

13., 14. og 15. Klimatema. Tenk kronologi. Tema1 (tema nevnt i tittel, ingress, anslag og/eller bildetekst), Tema2 (det første temaet som nevnes etter Tema1, eller det første klimarelaterte tema i artikkelen om det ikke finnes noe Tema1), Tema3 (det første som nevnes etter Tema2).

11 Internasjonale avtaler/møter (Eks. COP-møter, Parisavtalen, og lignende)

12 Natur

13 Klimatilpasning (spesifikt hvordan vi tilpasser oss konsekvensene av klimaendringer, for eksempel ved å unngå å bygge i rasutsatte områder. Ikke hvordan vi gjør tilpasninger for å hindre klimaendringer)

14 Innbyggeransvar/handling (for eksempel demonstrasjoner, endring av livsstil, aksjonisme)

15 Samferdsel

- 16 Olje, kull og gass
- 17 Sikkerhet (spesifikt om/hvordan klimaendringer truer sikkerhetssituasjonen)
- 18 Fornybar energi
- 19 Næringsliv (inkludert industri, men ekskludert olje og gass, fornybar energi og hydrogen)
- 20 Ekstremvær (inkludert ventede vær- og ekstremværendringer som konsekvens av klimaendringene)
- 21 Politisk spill (politiske utspill, kritikk av motstandere og deres forslag, diskusjon om samarbeidspartnere, analyser av det politiske landskapet, posisjonering, og lignende)
- 22 Meningsmåling/spørreundersøkelse
- 23 Klimaforskning (ikke bare der det vises til forskning, men der det handler forskning – typ hvis artikkelen er: ny forskning viser at det er ille ute med oss)
- 24 Vekstkritikk/forbrukskritikk (herunder også kapitalismekritikk)
- 25 EUs klimapolitikk
- 26 Sirkulær økonomi
- 27 Hydrogen
- 28 Skog – herunder skogbruk som industri og skog som klimatiltak. Alt annet er natur.
- 29 Landbruk
- 30 Andre klimarelaterte temaer (spesifiser i fritekst, for eksempel klimaangst, CO2-avgift)

16. Antall kilder. For nyhetssjangre: Antall kilder sitert i direkte sitat, inkludert kilder i sitatsaker. Spørsmål fra journalister sitert i saken, telles ikke med som en kilde. For alle typer meningsinnlegg: Antall forfattere av meningsinnlegget. Siteringer av andre kilder i et meningsinnlegg telles ikke med.

17. Navn på kilde (fritekst)

18. Kjønn på siterte kilder

- 1 Mann

- 2 Kvinne
- 3 Annen kjønnsidentitet
- 4 Ikke mulig å vite

19. Type kilde

41 Politiker (må enten være medlem av regjeringen, være valgt på stat-, kommune- eller fylkesnivå, eller stille til valg i Stortingsvalget, eller ha definerte verv i et politisk parti)

42 Forsker

43 Byråkrat (en som jobber i offentlig eide institusjoner)

44 Organisasjon klima/miljørelatert

45 Andre organisasjoner (ikke klima/miljørelatert)

46 Næringslivsaktører (inkludert industri og petroleum)

47 Media/journalister

48 Grasrot/vanlige folk

50 Annet (spesifiser i fritekst)

20. Politiske partier (hvis kilde politiker)

111 Arbeiderpartiet (AP)

112 Fremskrittspartiet (FrP)

113 Høyre (H)

114 Sosialistisk Venstreparti (SV)

115 Senterpartiet (Sp)

116 Kristelig Folkeparti (KrF)

117 Venstre (V)

118 Rødt (R)

119 Miljøpartiet De Grønne (MDG)

120 Andre partier

21. Miljøorganisasjoner (hvis kilde miljøorganisasjon)

211 Bellona

212 Naturvernforbundet

213 Framtiden i Våre Hender

214 Natur & Ungdom

215 Extinction Rebellion

216 ZERO

217 Regnskogfondet

218 WWF

220 Andre organisasjoner

22. Forskningsekspertise (hvis kilde forsker)

311 Teknologi

312 Naturvitenskap (natural sciences) (for eksempel fysiker, biolog)

313 Medisin

314 Samfunnsforsker, humanistiske fag (for eksempel valgforsker, sosiolog)

315 Økonomi

316 Annen type ekspert (spesifiser i fritekst)

320 Annen forsker

Forskningsperiode:

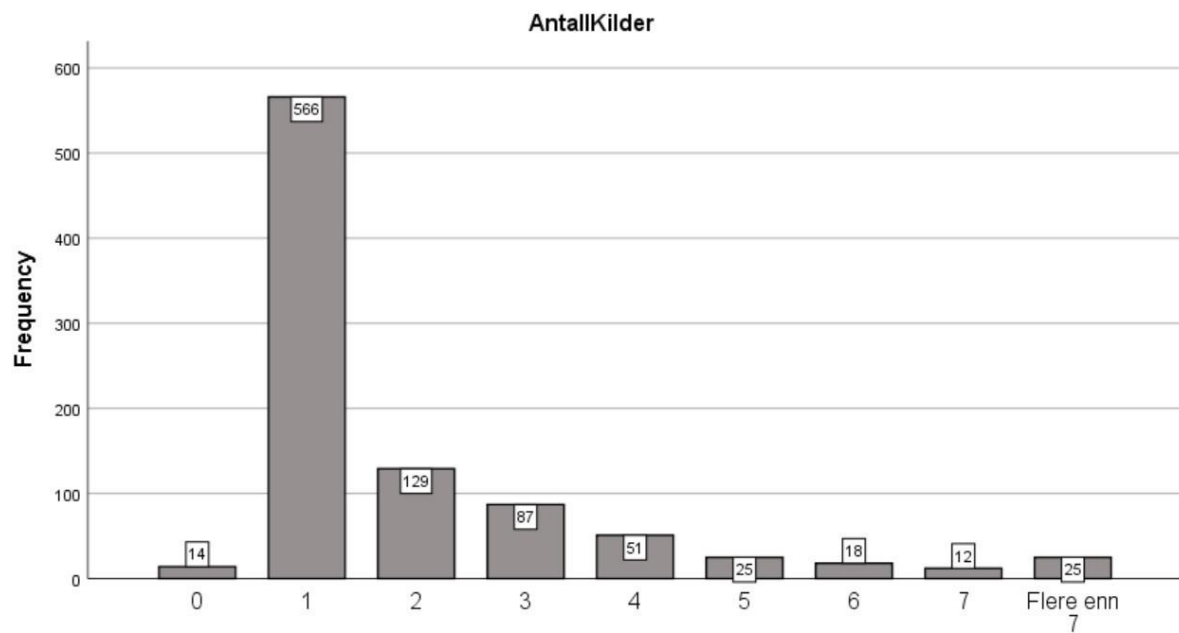
19. august til 19. september

Søkestring i databasen Retriever: klima* AND (val* OR regjering* OR stortingsval*)

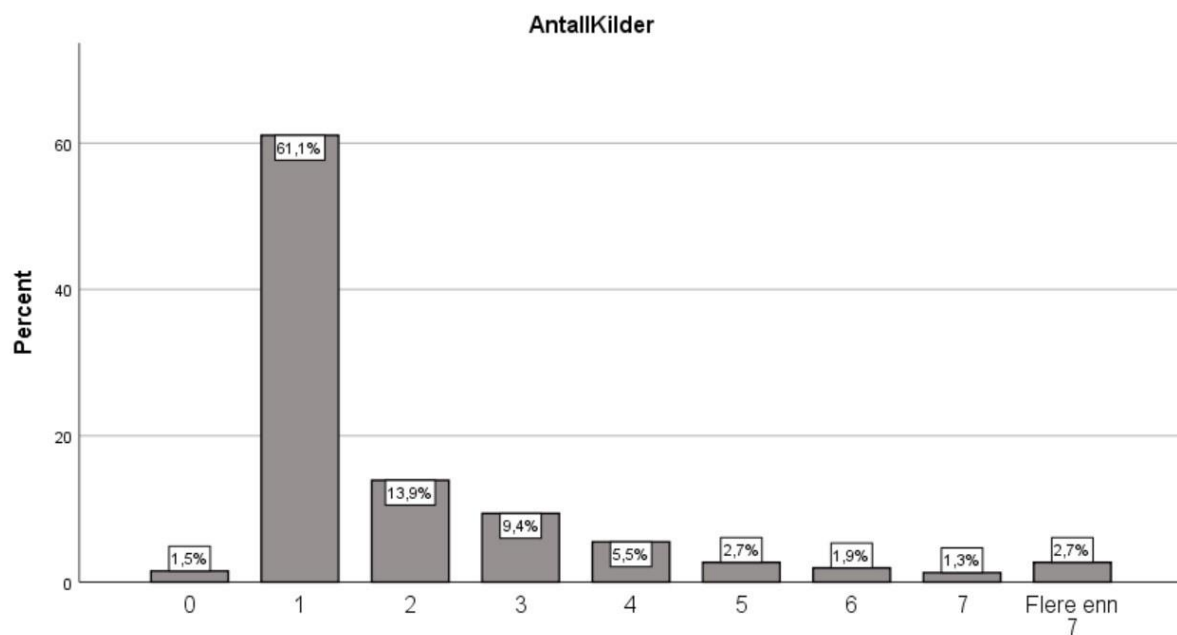
AVISER: Aftenposten, Bergens Tidende, Dagens Næringsliv, Dagsavisen, Klassekampen, Adresseavisen Nationen, Nordlys, Stavanger Aftenblad og Verdens Gang.

Vedlegg 2: Tabelloversikt med funn

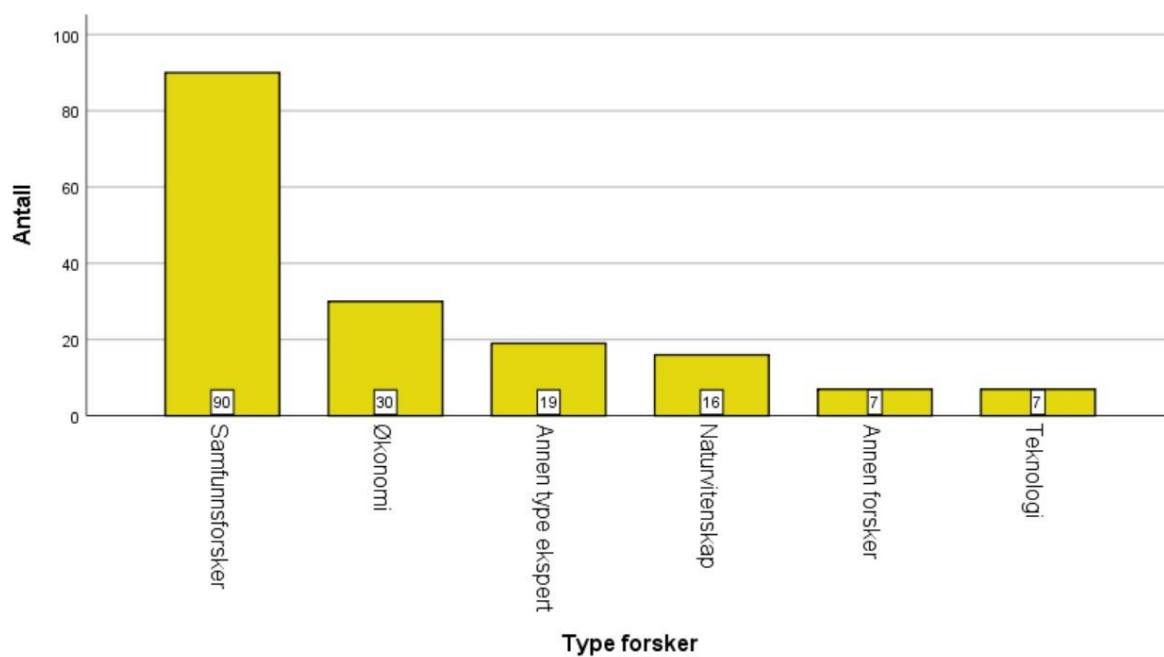
Tabell 1. Antall kilder per artikkel, antall.



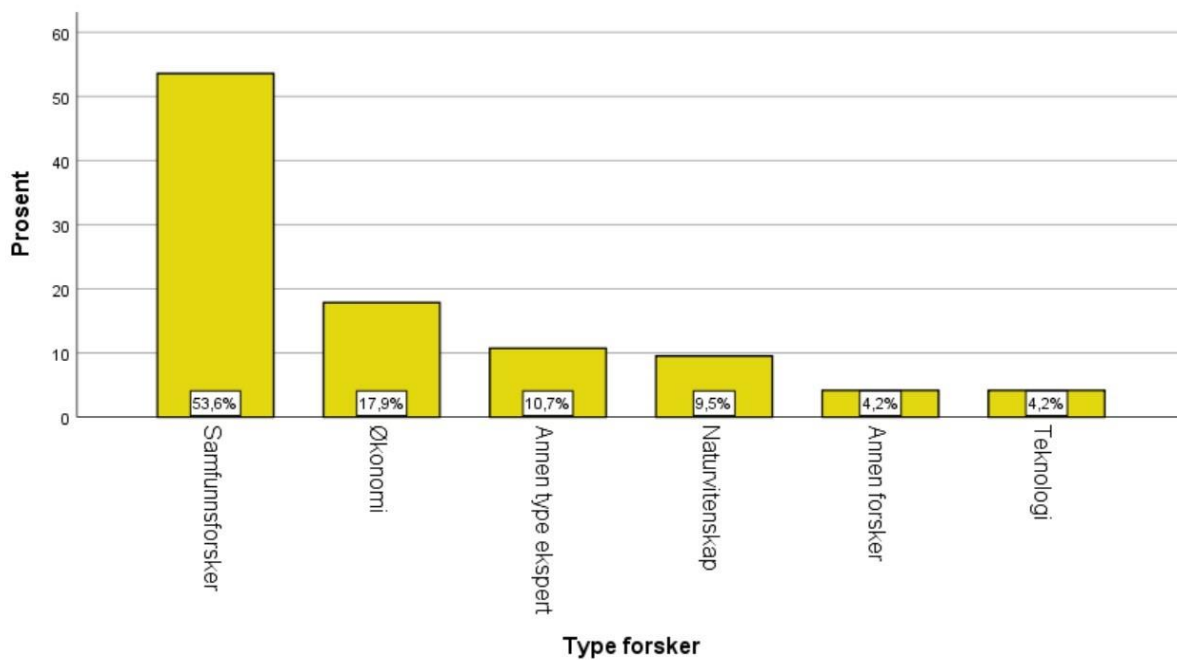
Tabell 2. Antall kilder per artikkel, prosent.



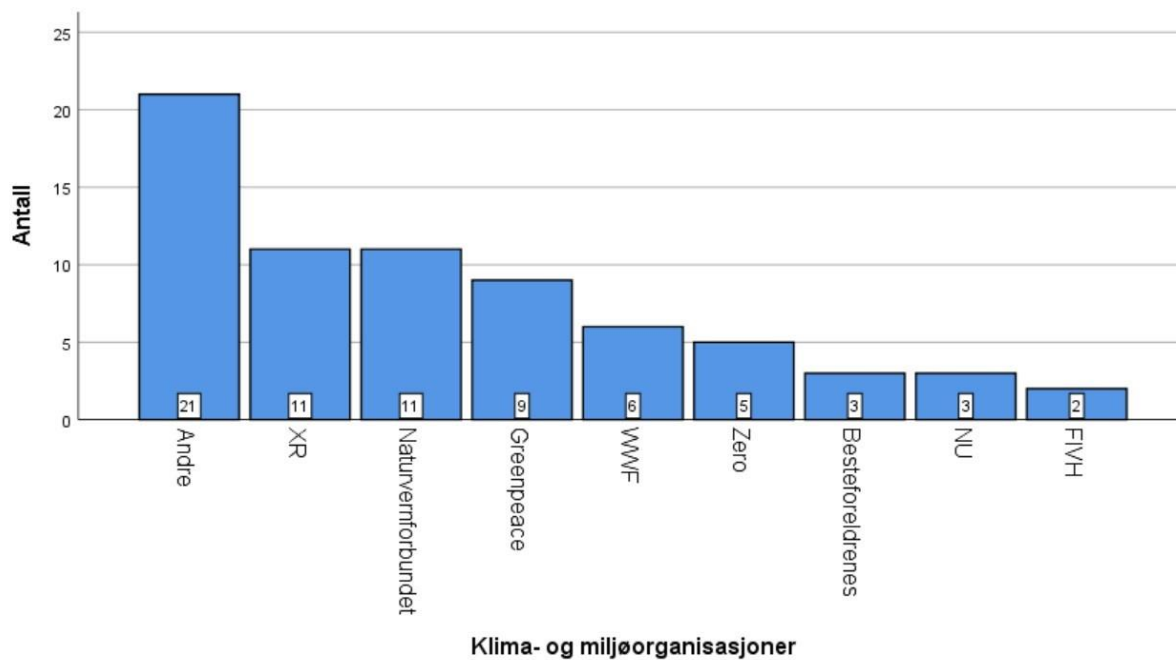
Tabell 3. Type forsker som kilde, antall.



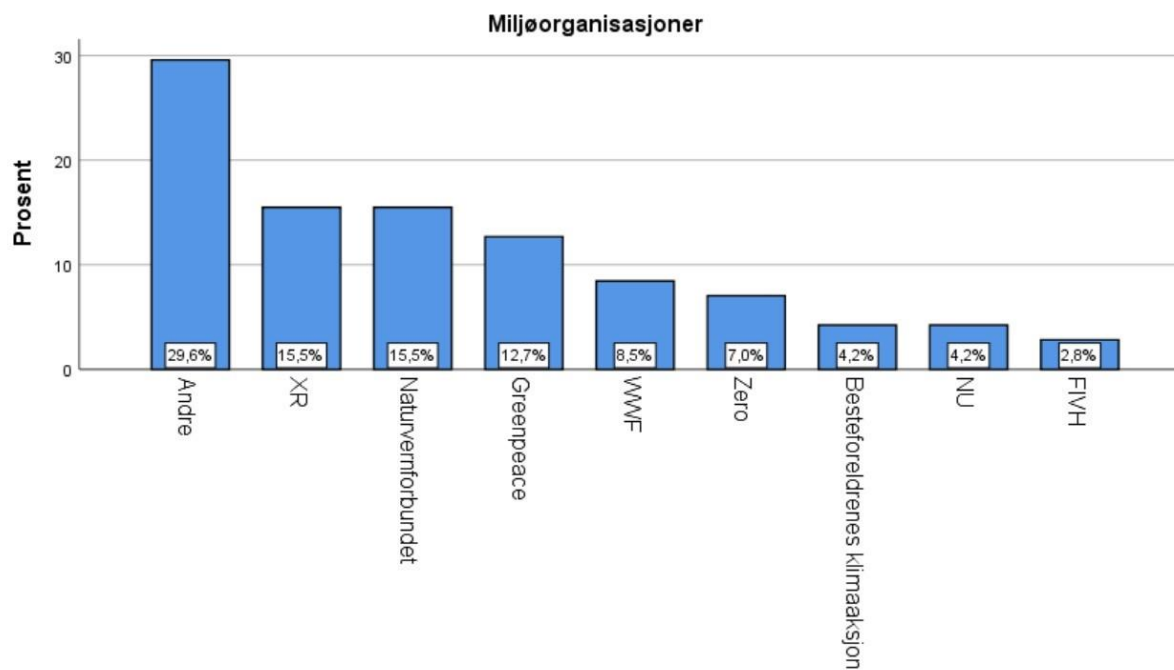
Tabell 4. Type forsker som kilde, prosent av alle forskerkilder.



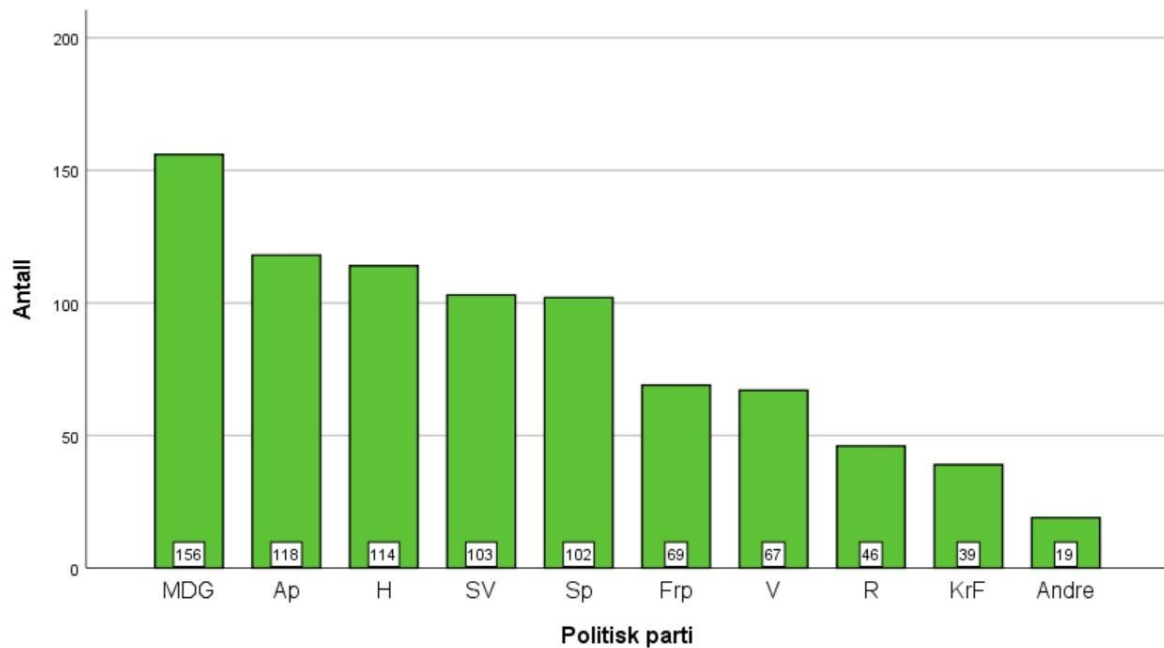
Tabell 5. Type miljøorganisasjon som kilde, antall.



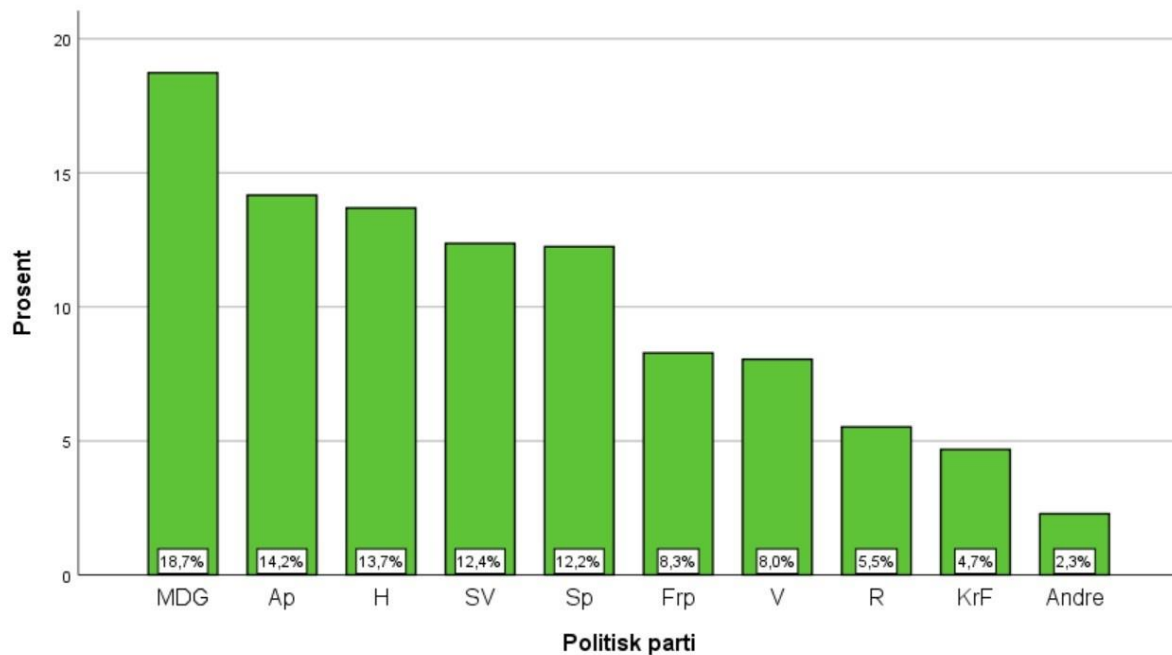
Tabell 6. Type miljøorganisasjon som kilde, prosent av alle miljøorganisasjonskilder.



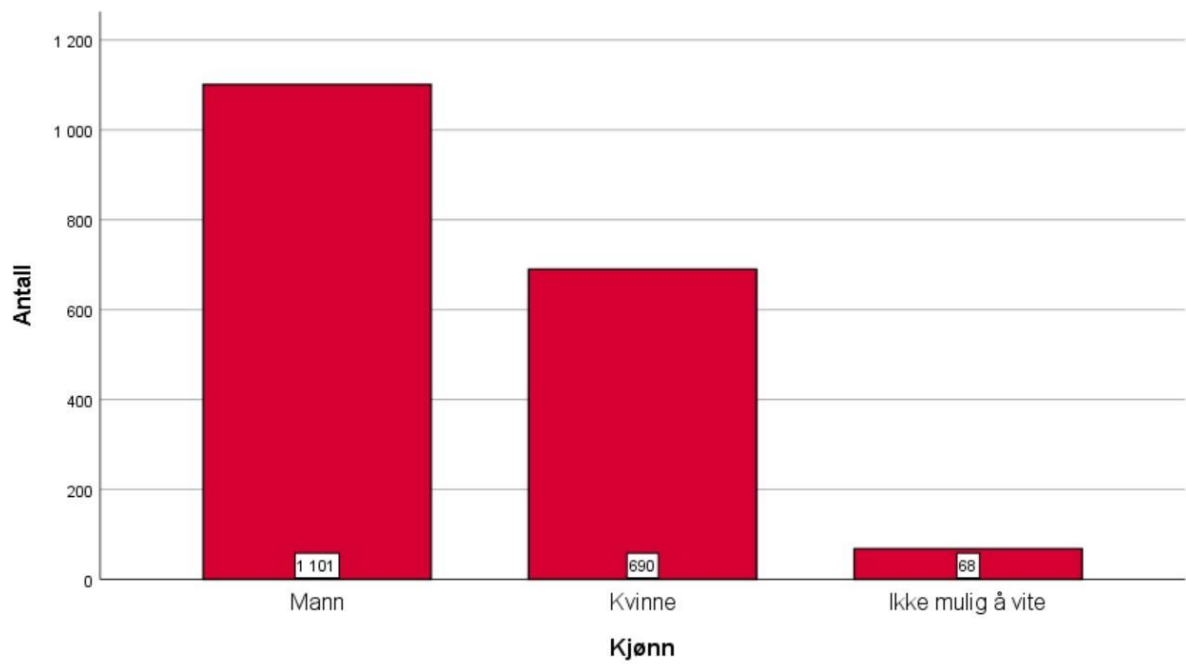
Tabell 7. Type politisk parti som kilde, antall.



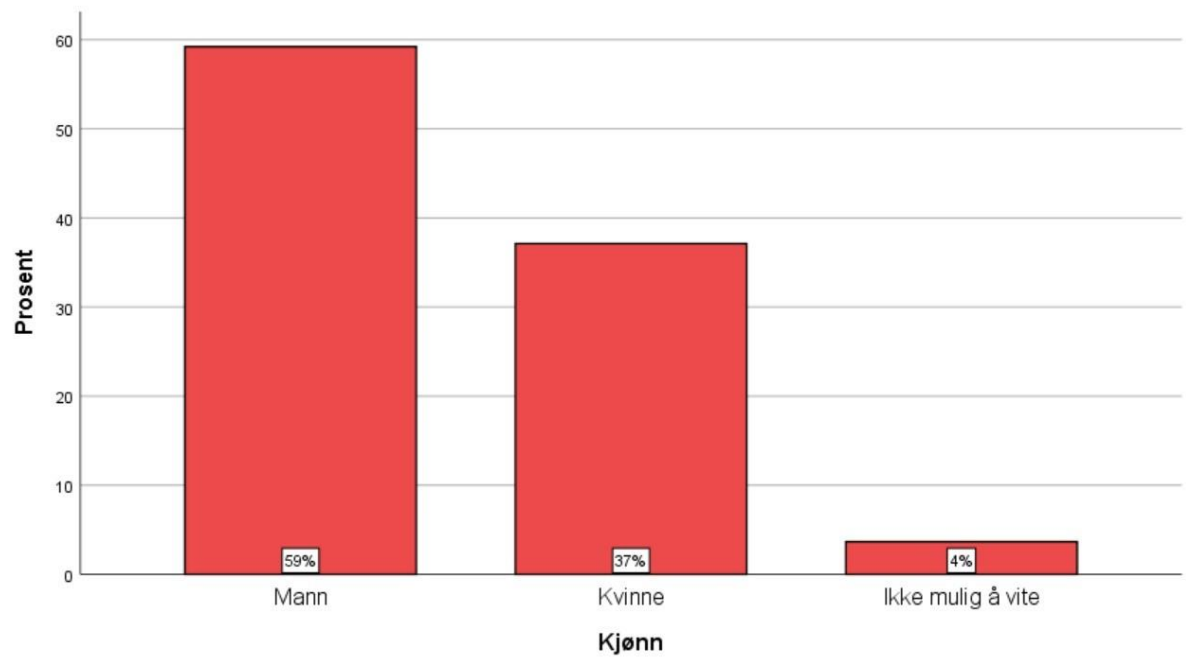
Tabell 8. Type politisk parti som kilde, prosent av alle politikerkilder.



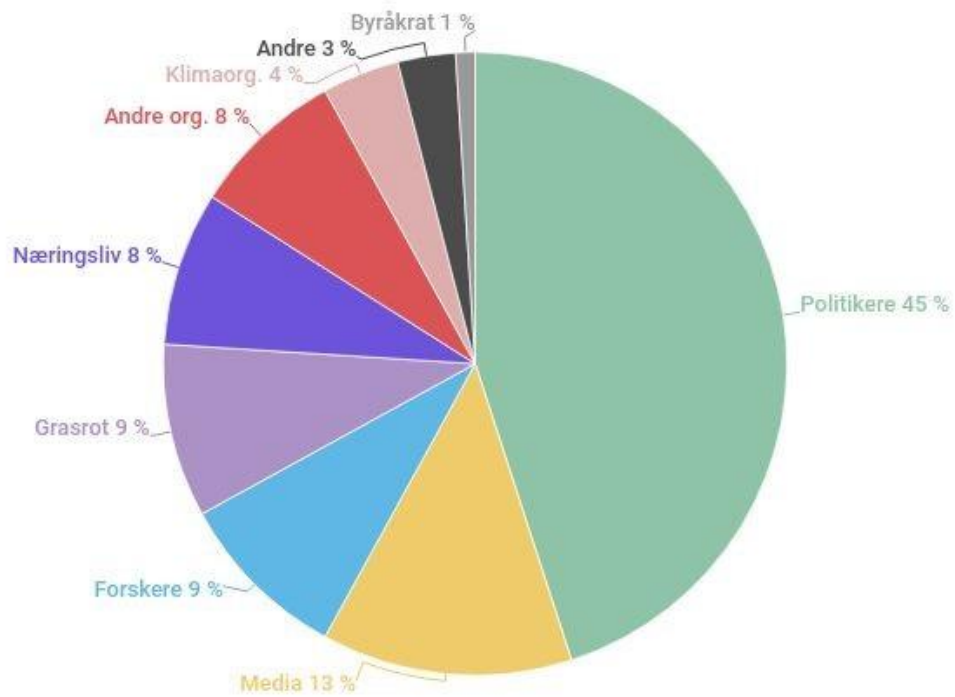
Tabell 9. Kjønnfordeling blant kilder, antall.



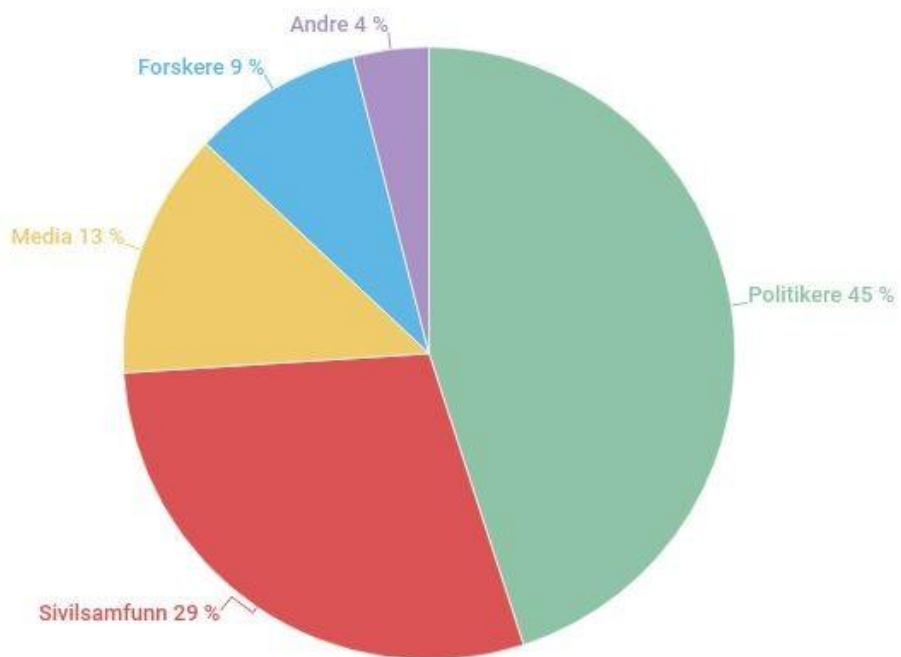
Tabell 10. Kjønnfordeling blant kilder, prosent.



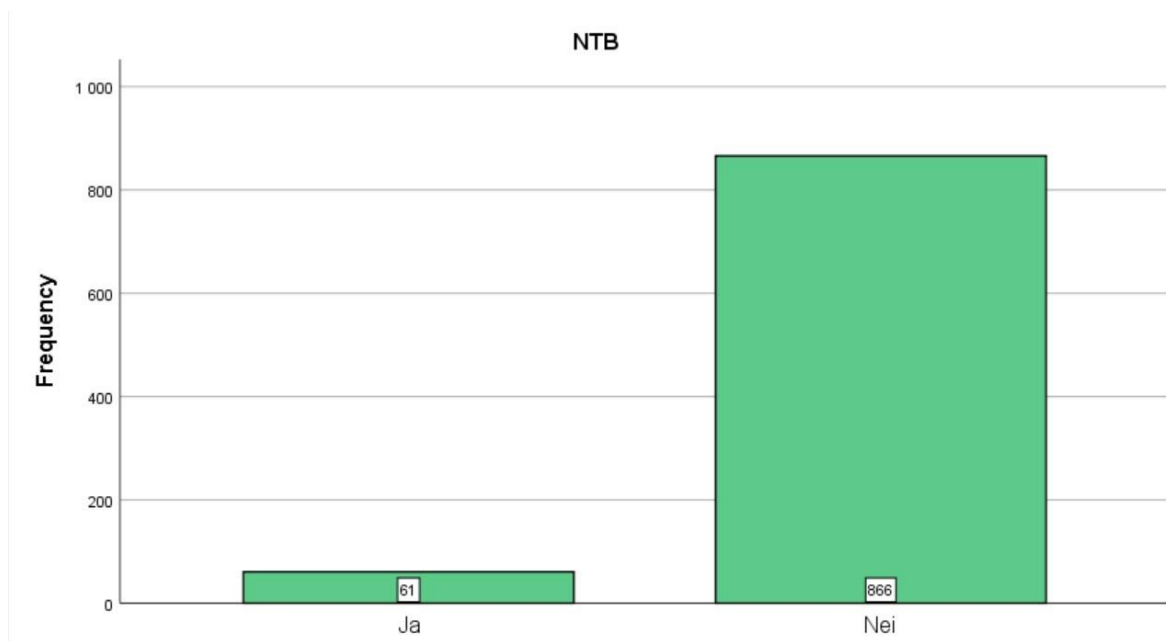
Tabell 11. Type kilder, prosent.



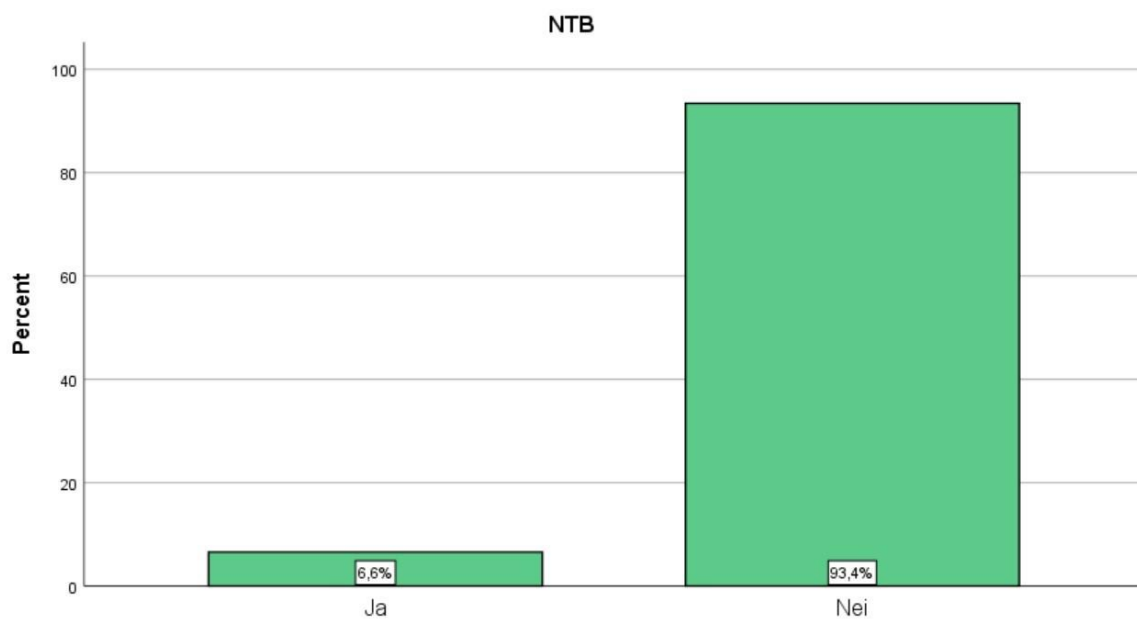
Tabell 12. Type kilder, prosent. Næringsliv, grasrot, klimaorganisasjoner og andre organisasjoner er slått sammen til sivilsamfunn. Byråkrat er slått sammen med andre.



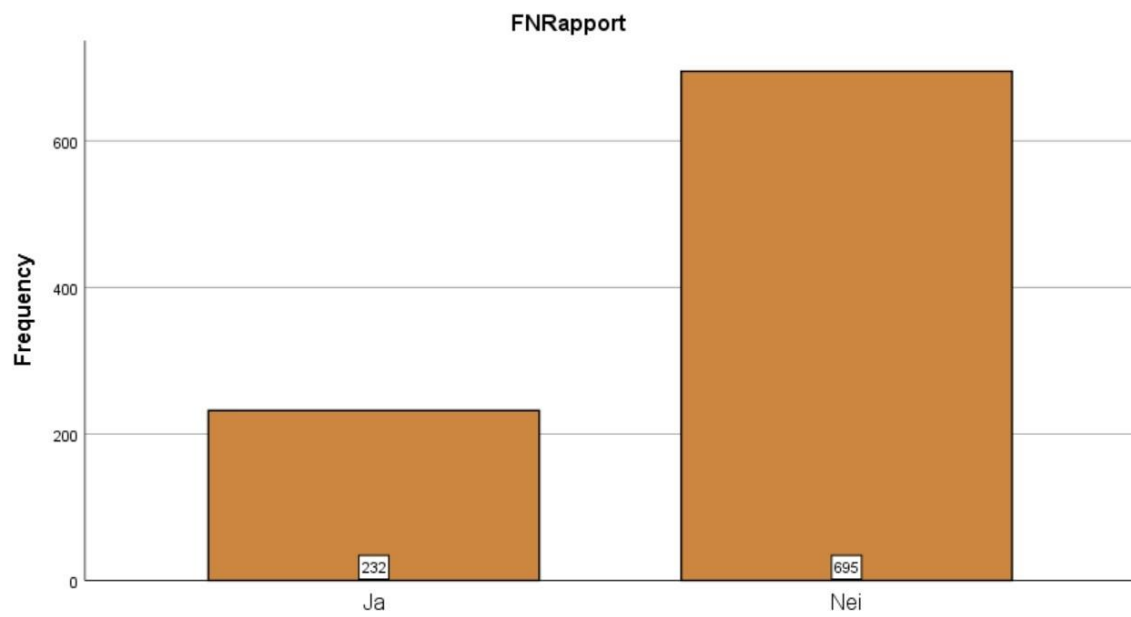
Tabell 13. NTB-artikler, antall.



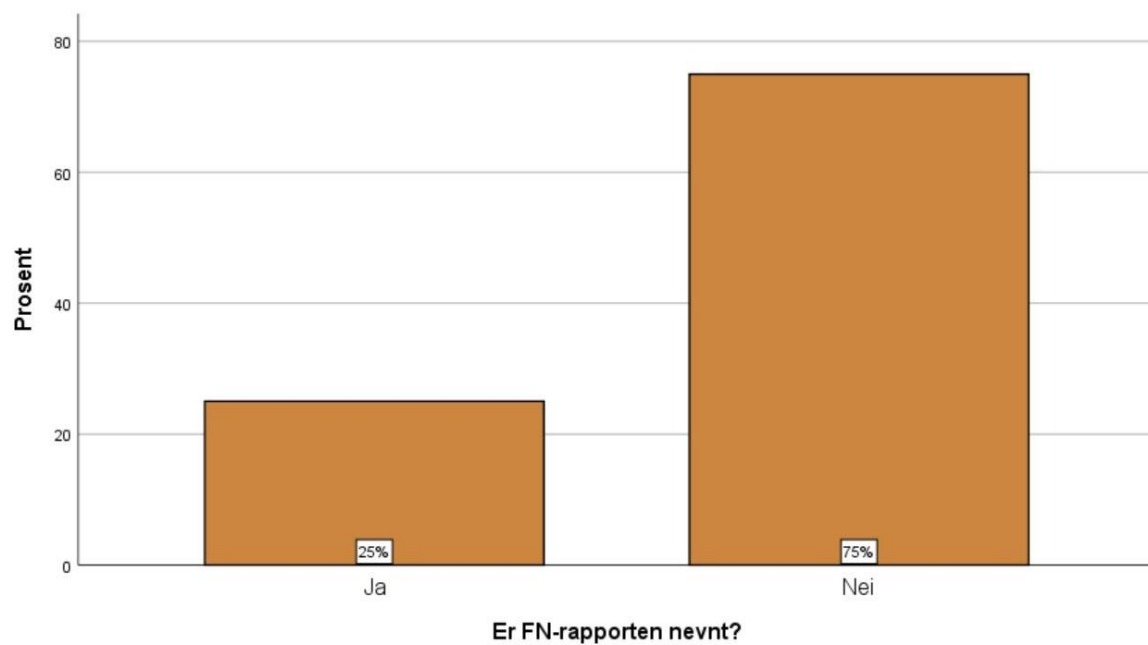
Tabell 14. NTB-artikler, prosent.



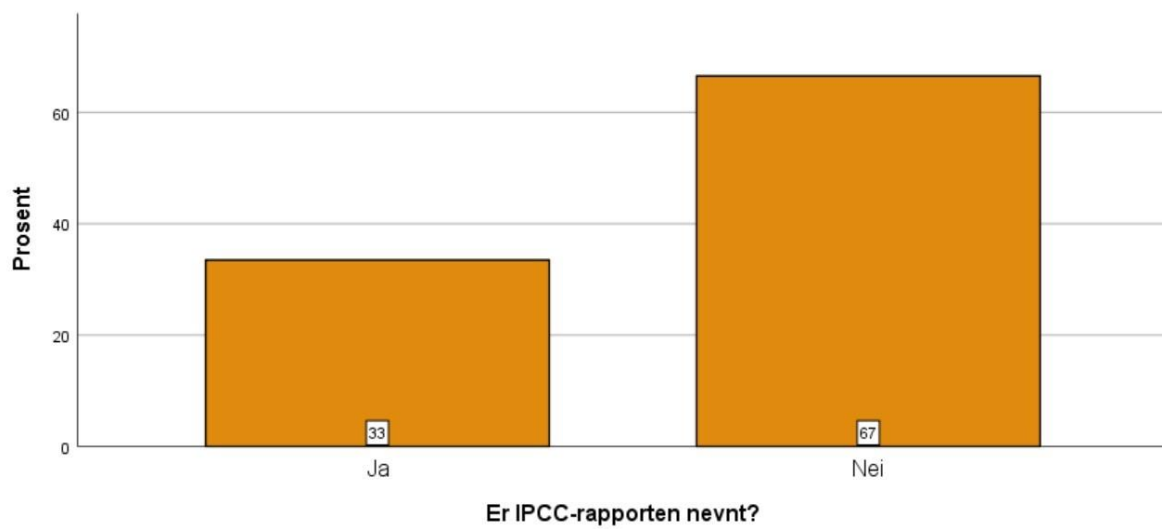
Tabell 15. Artikler der rapporten fra FNs klimapanel er nevnt, antall.



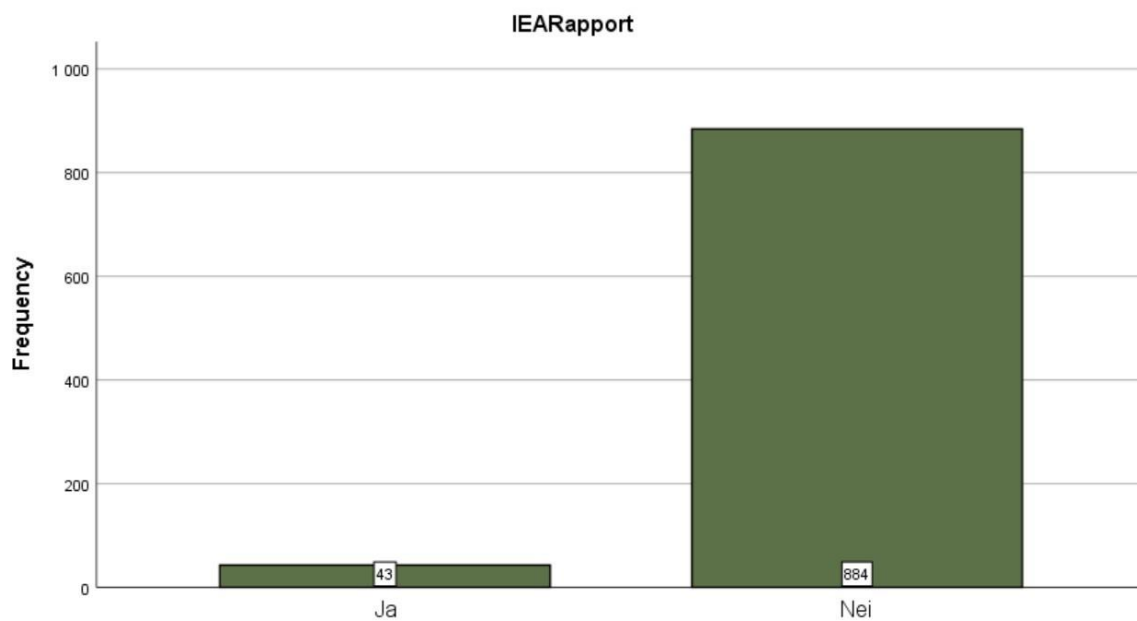
Tabell 16. Artikler der rapporten fra FNs klimapanel er nevnt, prosent.



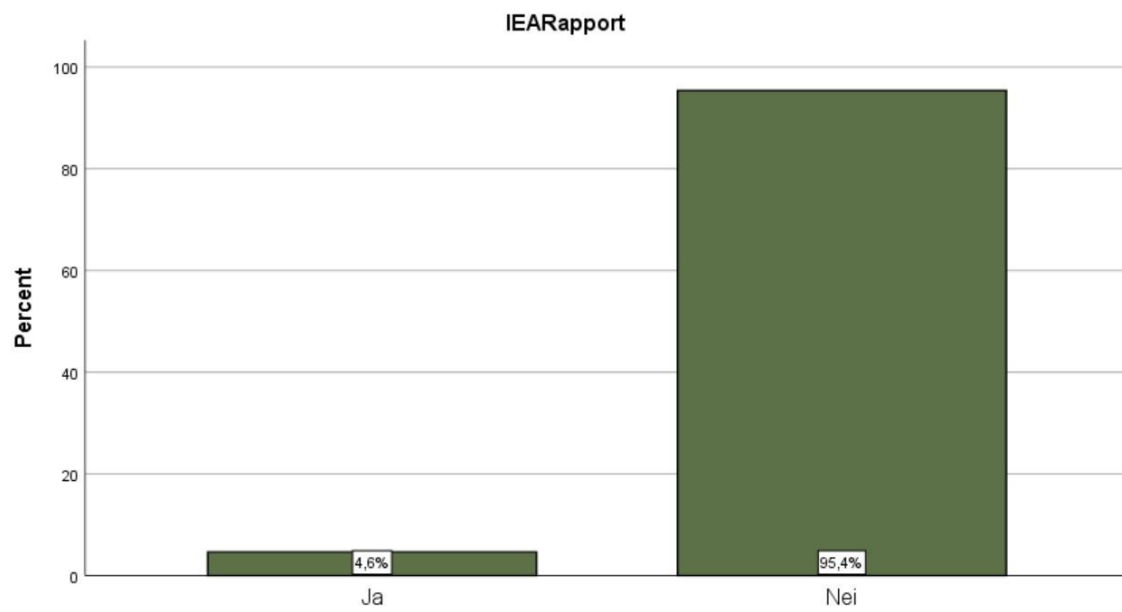
Tabell 17. Artikler der rapporten fra FNs klimapanel er nevnt når klima er hovedsaken, prosent.



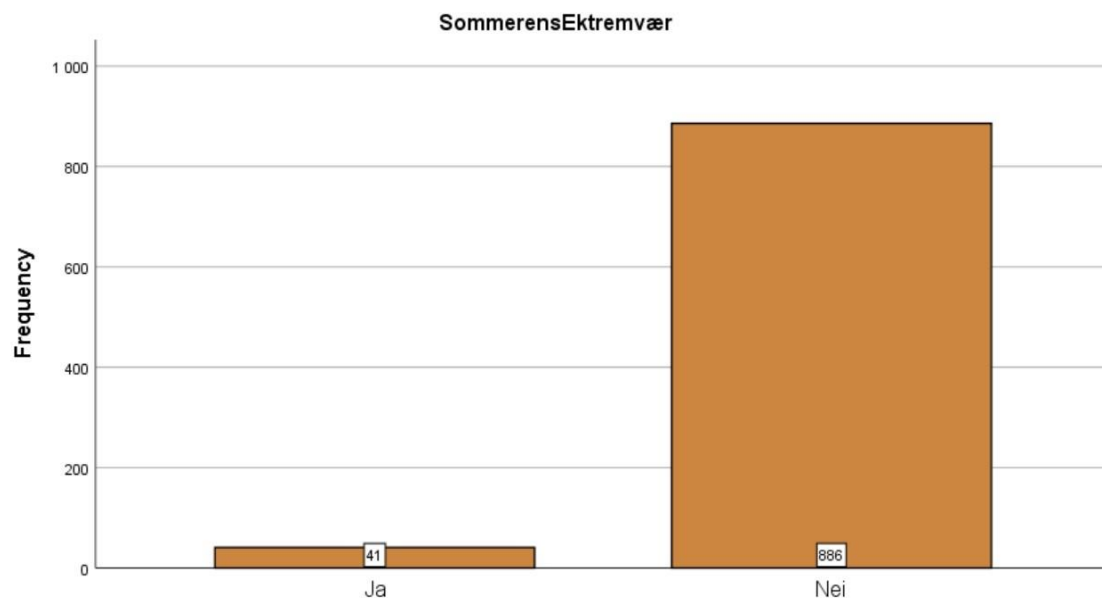
Tabell 18. Artikler der mai-rapporten fra IEA er nevnt, antall.



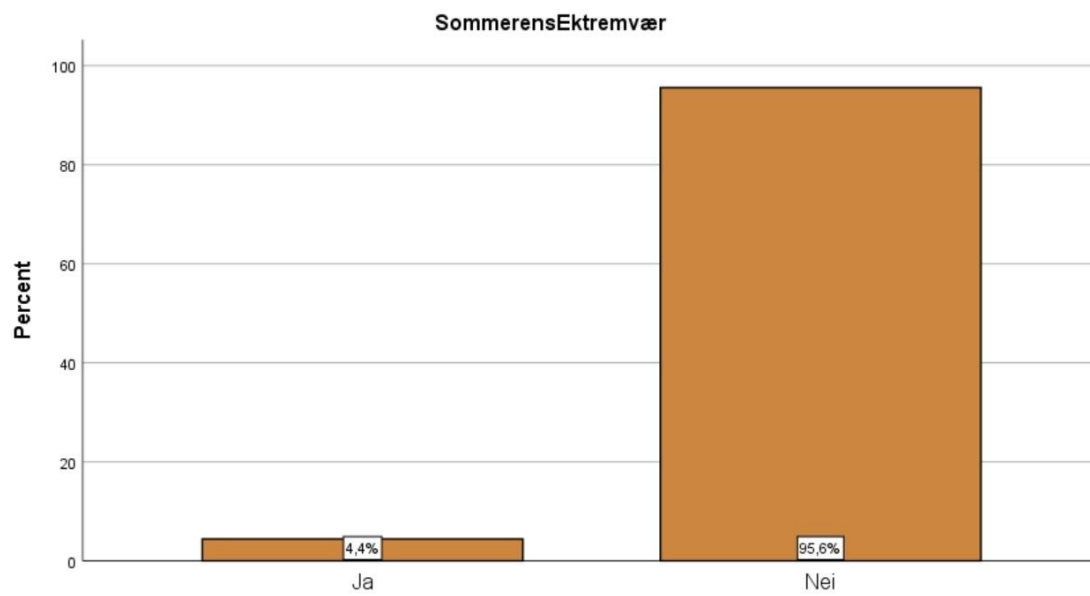
Tabell 19. Artikler der mai-rapporten fra IEA er nevnt, prosent.



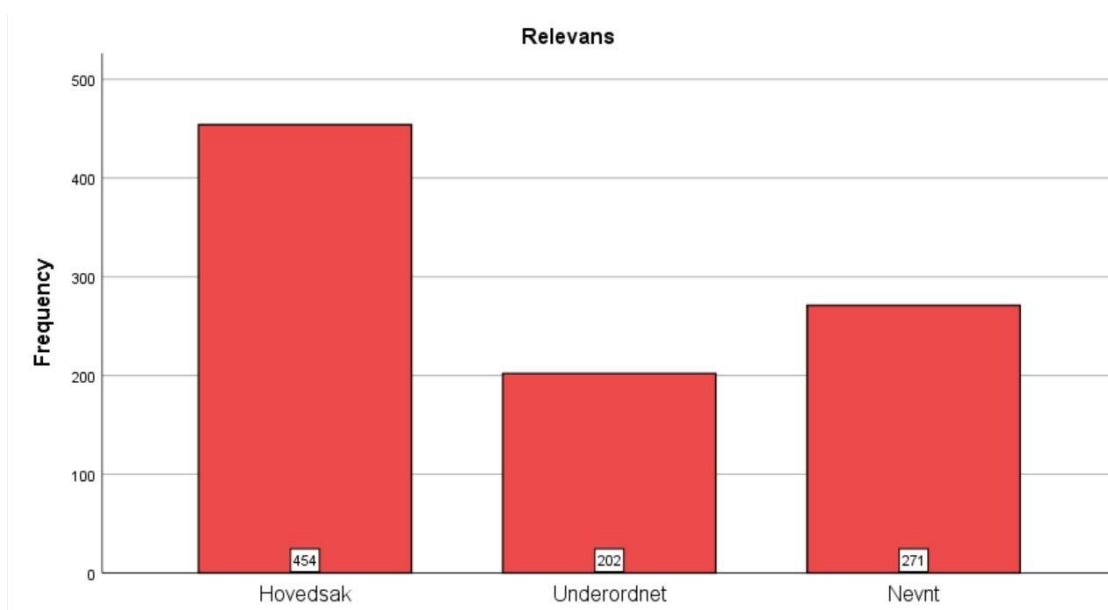
Tabell 20. Artikler der sommerens ekstremvær er nevnt, antall.



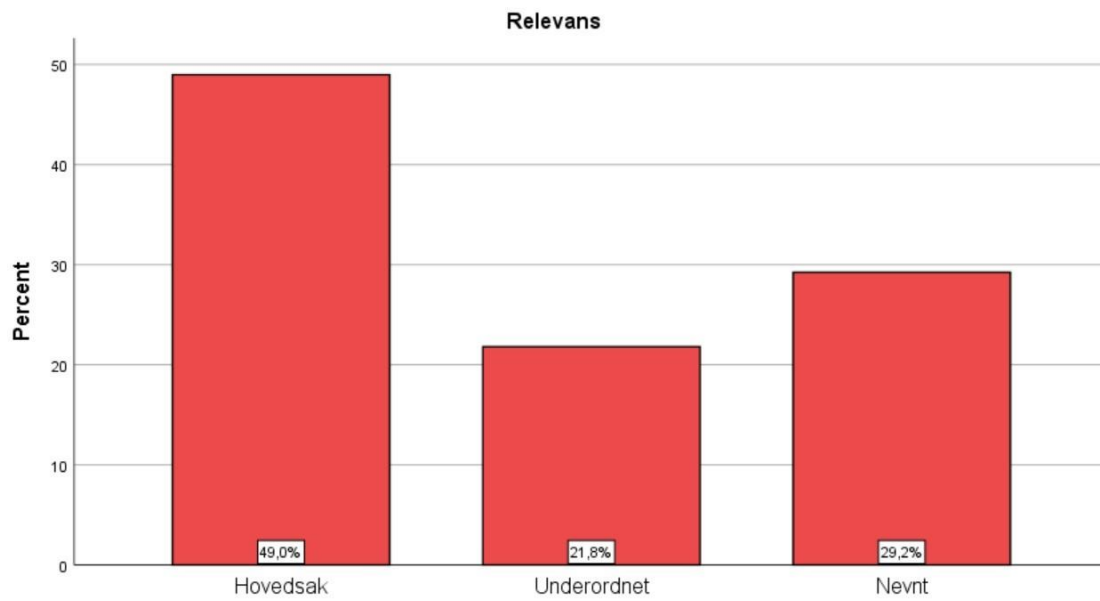
Tabell 21. Artikler der sommerens ekstremvær er nevnt, prosent.



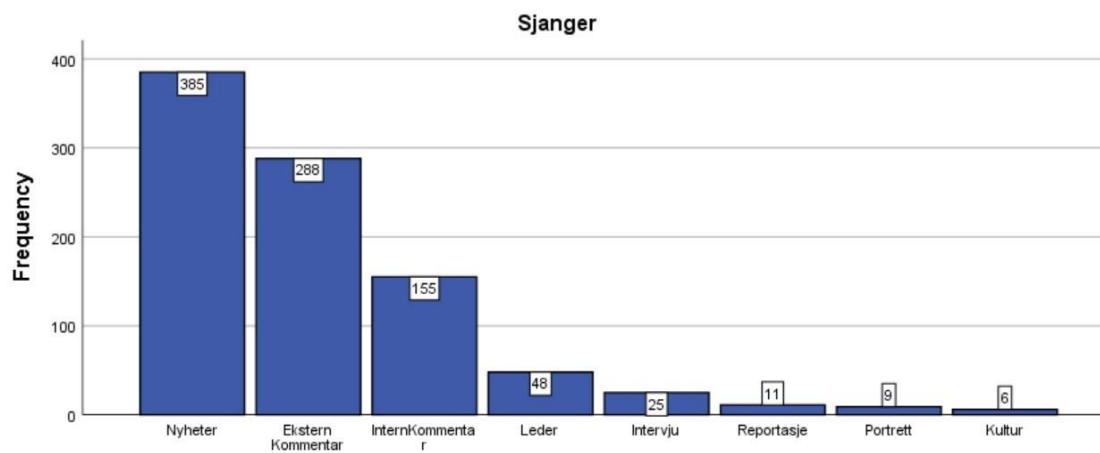
Tabell 22. Er klima hovedsaken, underordnet tema eller bare nevnt i artikkelen? Antall.



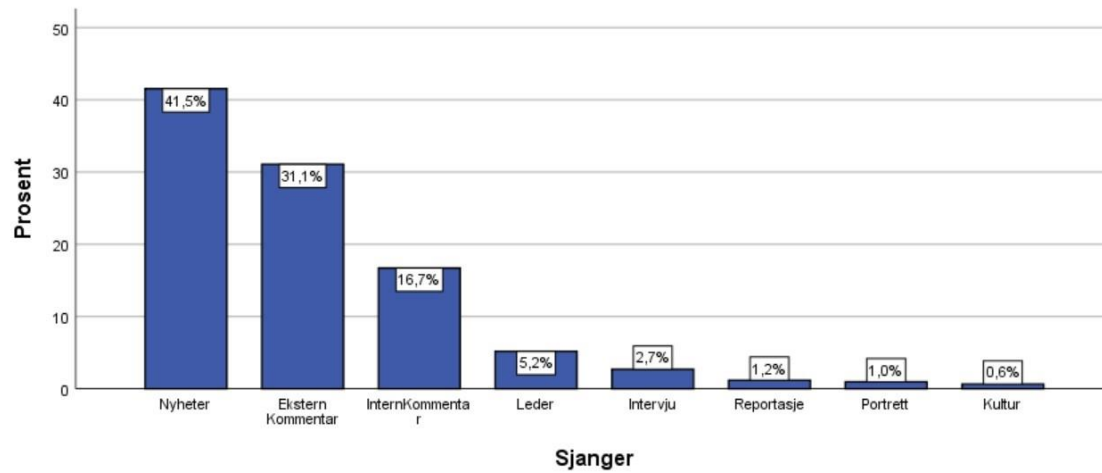
Tabell 23. Er klima hovedsaken, underordnet tema eller bare nevnt i artikkelen? Prosent.



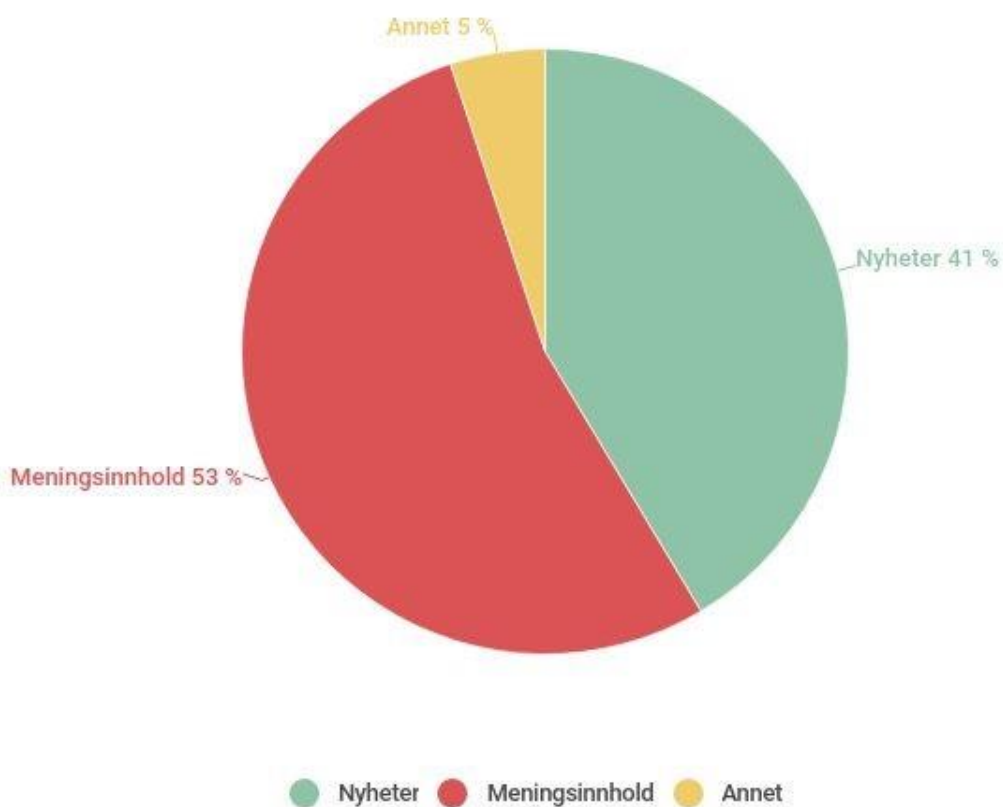
Tabell 24. Sjanger, antall.



Tabell 25. Sjanger, prosent.



Tabell 26. Sjanger når intern kommentar, ekstern kommentar og leder er slått sammen til *meningsinnhold*, og intervju, reportasje, portrett og kultur er slått sammen til *annet*.



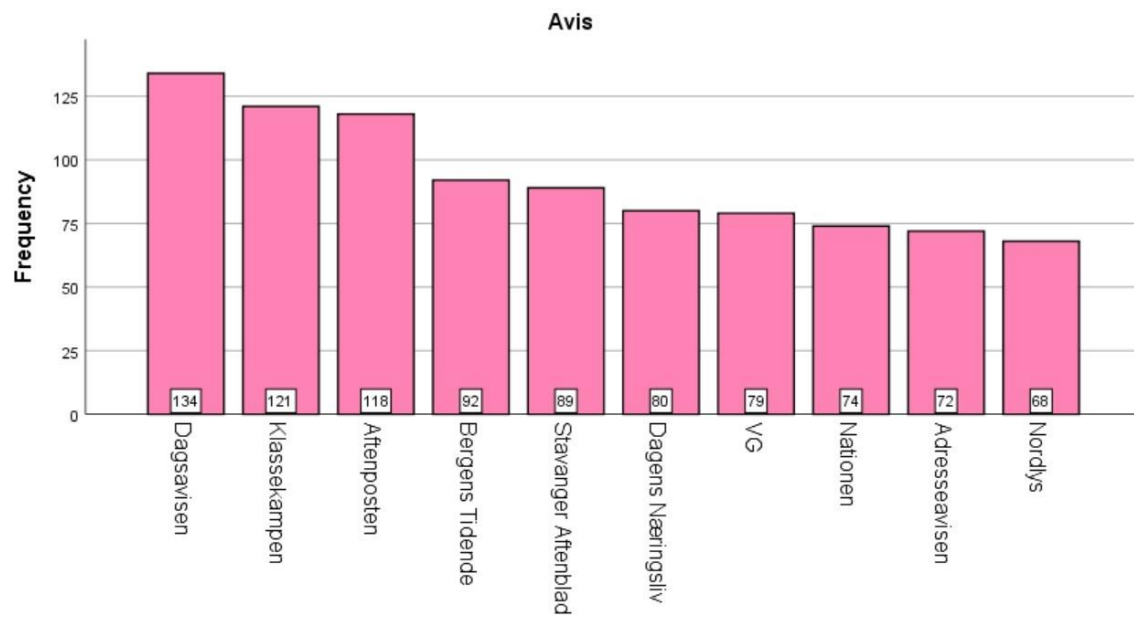
Tabell 27. Sjanger fordelt på klimarelevans, antall.

		Klima-relevans			Total
		Hovedsak	Underordnet	Nevnt	
Sjanger	Nyheter	183	88	114	385
	EksternKommentar	187	49	52	288
	InternKommentar	50	38	67	155
	Leder	20	11	17	48
	Intervju	5	9	11	25
	Reportasje	3	5	3	11
	Portrett	2	2	5	9
	Kultur	4	0	2	6
Total		454	202	271	927

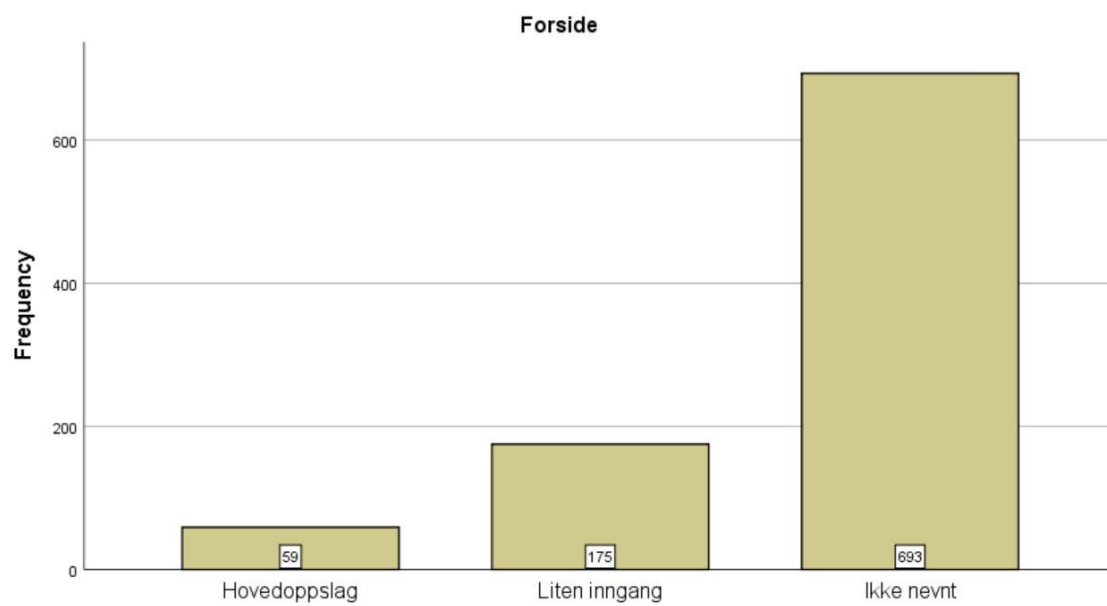
Tabell 28. Sjanger fordelt på aviser. Antall.

		Avis										Total
		DA	KK	Ap	BT	SA	DN	VG	Nat	Adr	NL	
Sjanger	Nyheter	53	42	51	42	39	29	33	38	29	29	385
	Kommentar fra ekstern	40	47	30	20	36	33	15	17	25	25	288
	Redaksjonell kommentar	29	13	18	20	10	13	19	11	12	10	155
	Leder	3	10	7	4	1	3	6	6	4	4	48
	Intervju	8	2	8	1	2	0	2	2	0	0	25
	Reportasje	1	2	1	4	1	1	1	0	0	0	11
	Portrett	0	2	2	0	0	1	2	0	2	0	9
	Kultur	0	3	1	1	0	0	1	0	0	0	6
Total		134	121	118	92	89	80	79	74	72	68	927

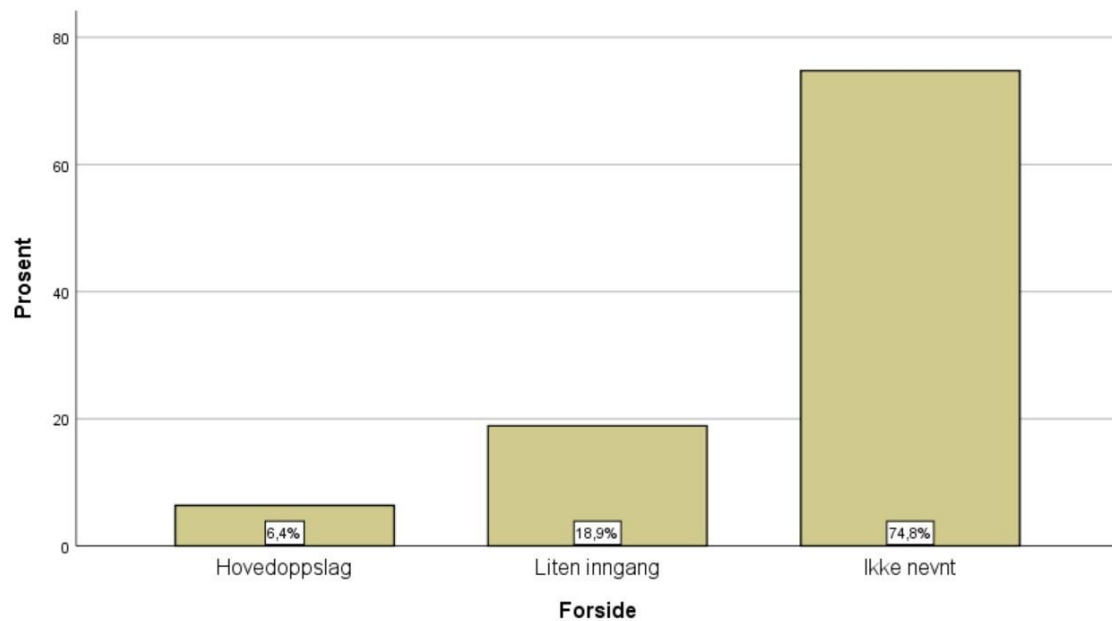
Tabell 29. Antall artikler per avis.



Tabell 30. Forsideinnganger, antall.



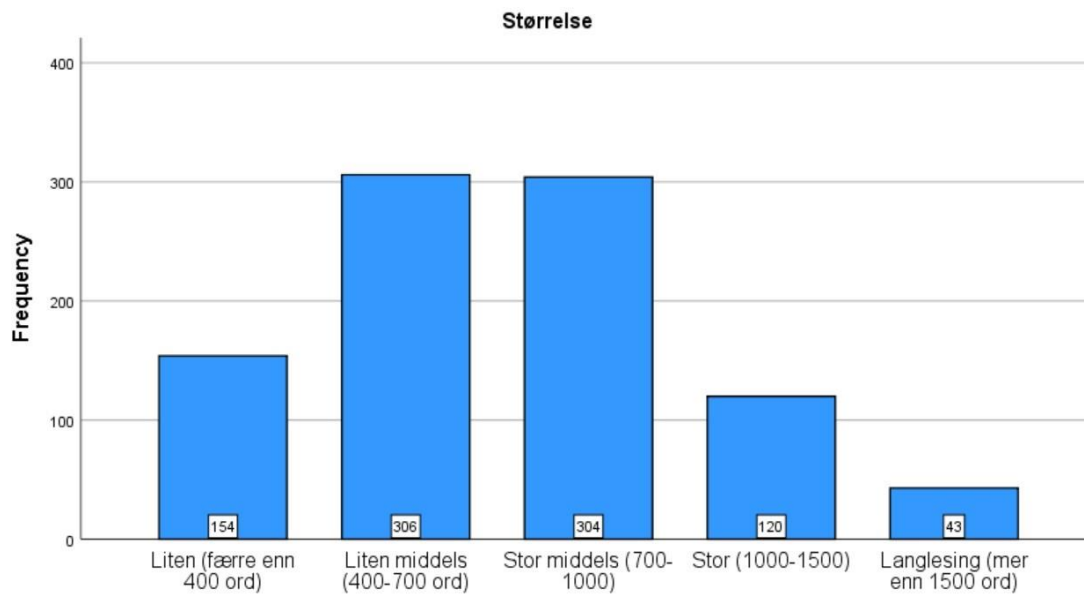
Tabell 31. Forsideinnganger, prosent.



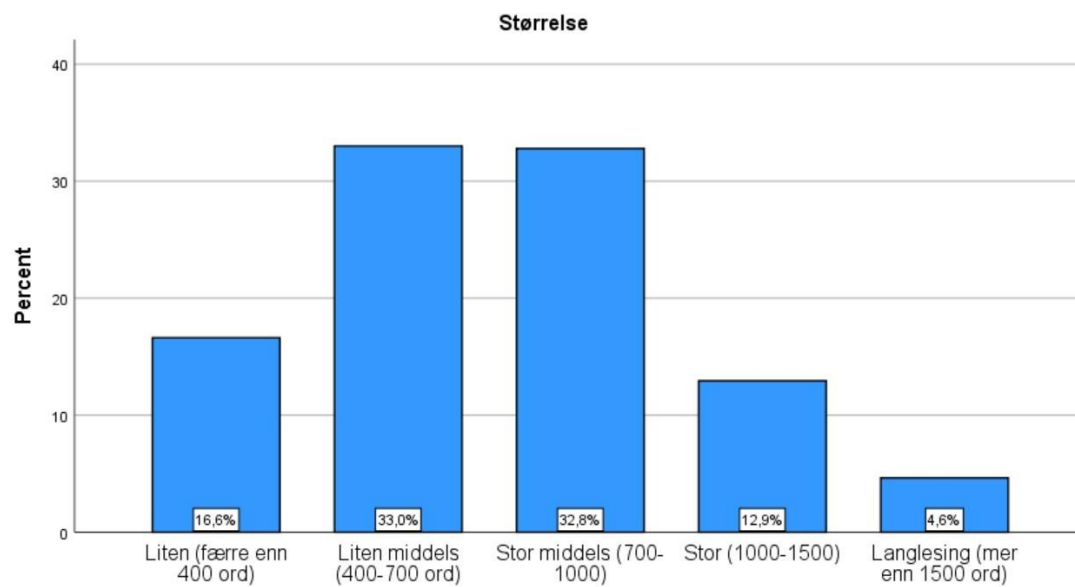
Tabell 32. Forsideinnganger fordelt på klimarelevans, antall.

		Relevans			Total
		Hovedsak	Underordnet	Nevnt	
Forside	Hovedoppdrag	20	15	24	59
	Liten inngang	61	47	67	175
	Ikke nevnt	373	140	180	693
Total		454	202	271	927

Tabell 33. Størrelse på artikkel, antall.



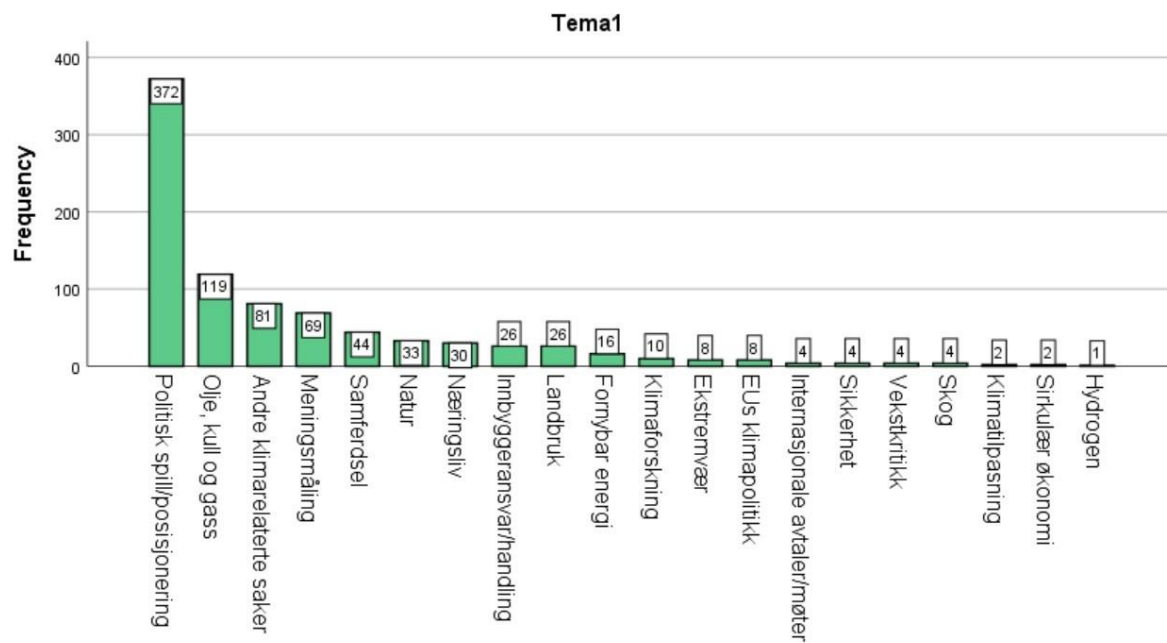
Tabell 34. Størrelse på artikkel, prosent.



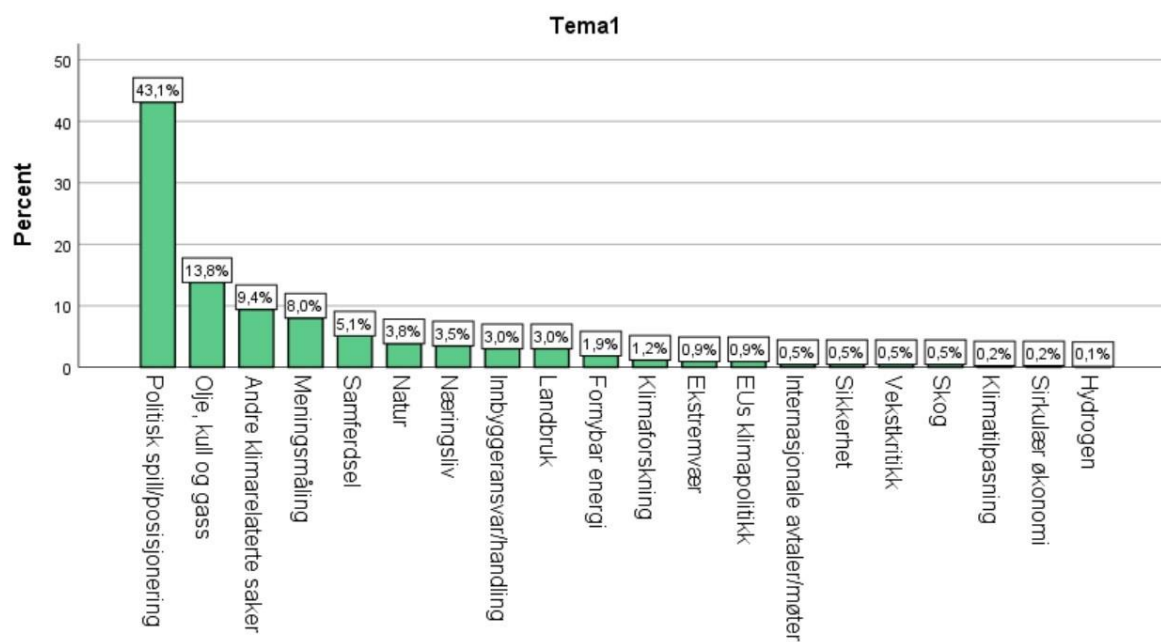
Tabell 35. Størrelse fordelt på klimarelevans, antall.

		Klima-relevans			Total
		Hovedsak	Underordnet	Nevnt	
Størrelse	Liten (færre enn 400 ord)	96	33	25	154
	Liten middels (400-700 ord)	158	57	91	306
	Stor middels (700-1000)	143	74	87	304
	Stor (1000-1500)	43	28	49	120
	Langlesing (mer enn 1500 ord)	14	10	19	43
Total		454	202	271	927

Tabell 36. Tema1, antall.

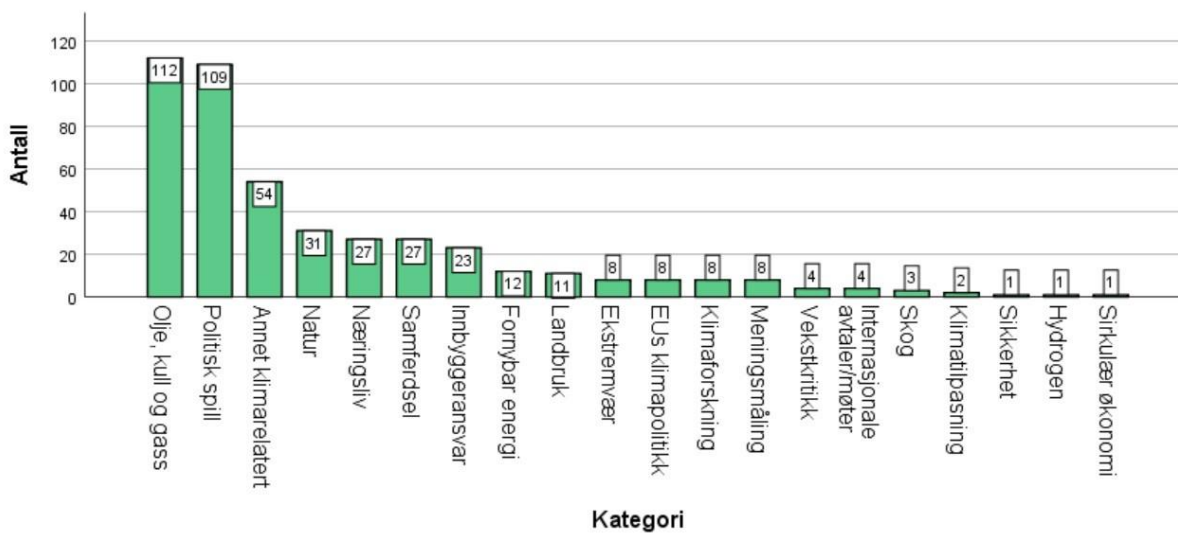


Tabell 37. Tema1, prosent.

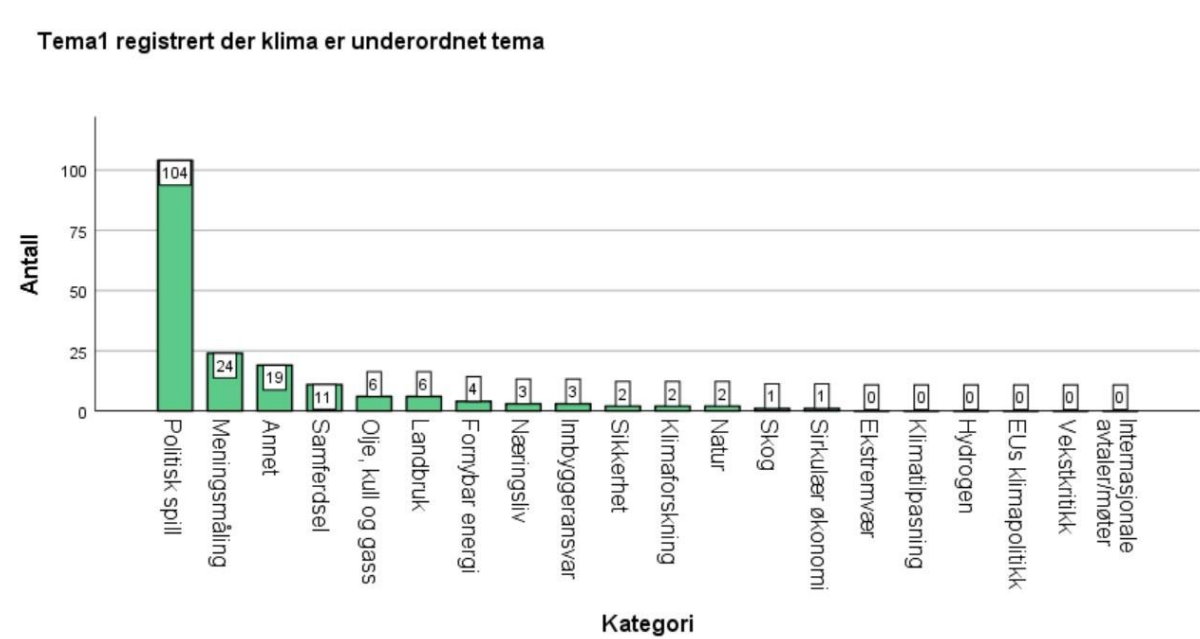


Tabell 38. Tema1 der klima er hovedsaken, antall.

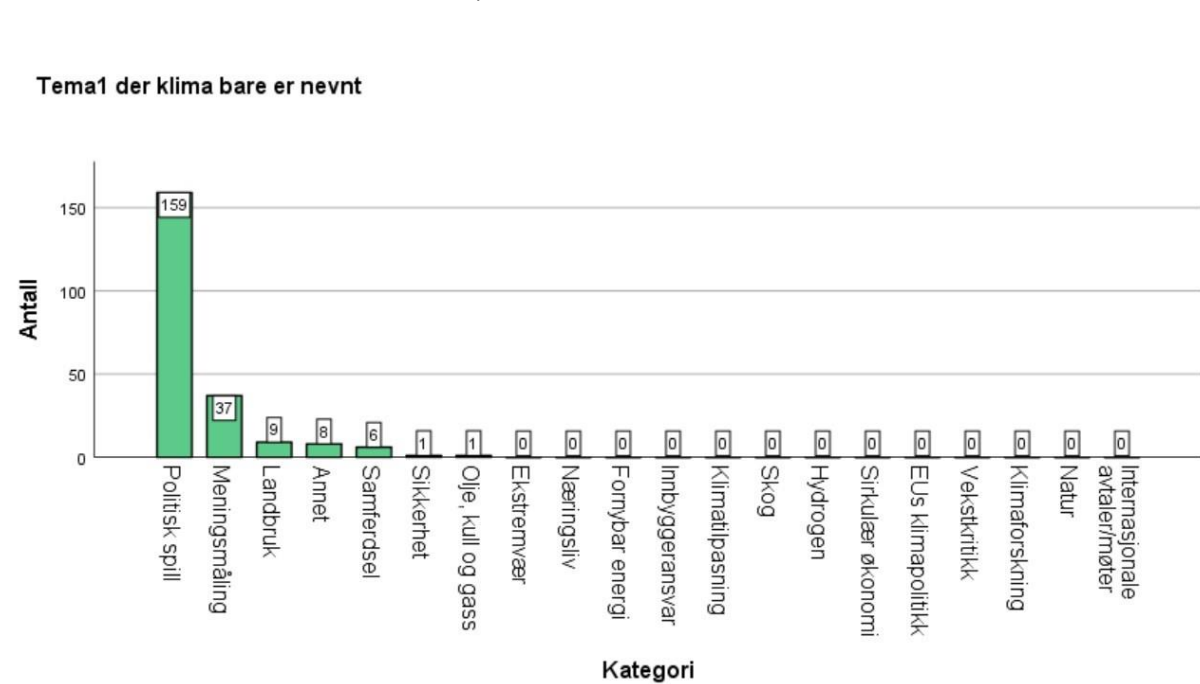
Tema1 registrert der klima er hovedsaken



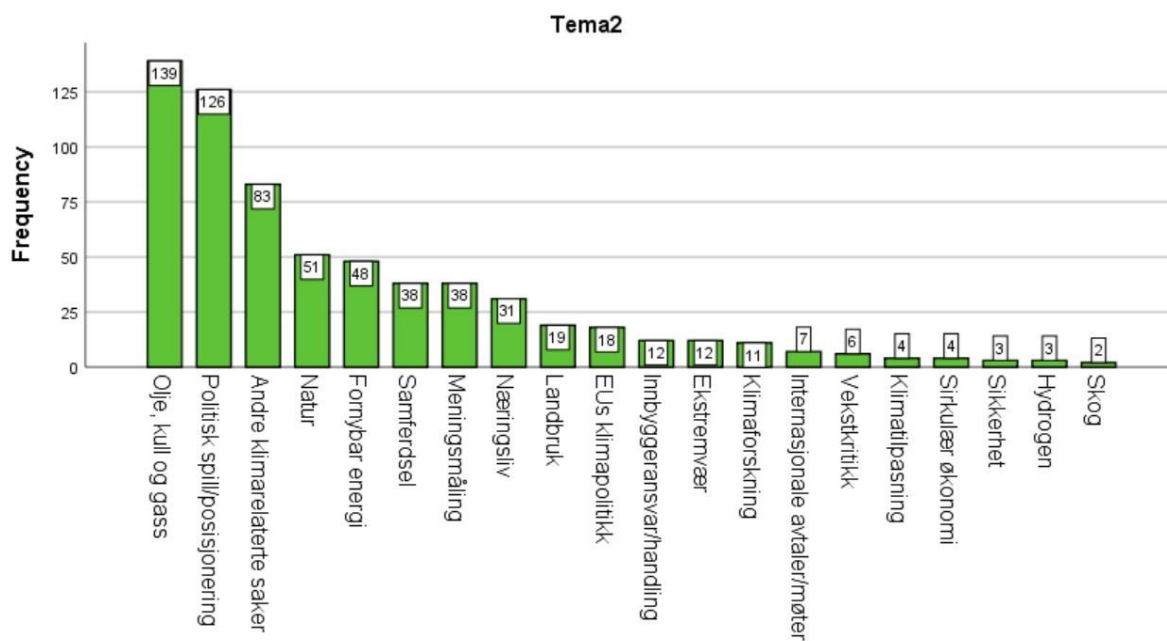
Tabell 39. Tema1 der klima er underordnet, antall.



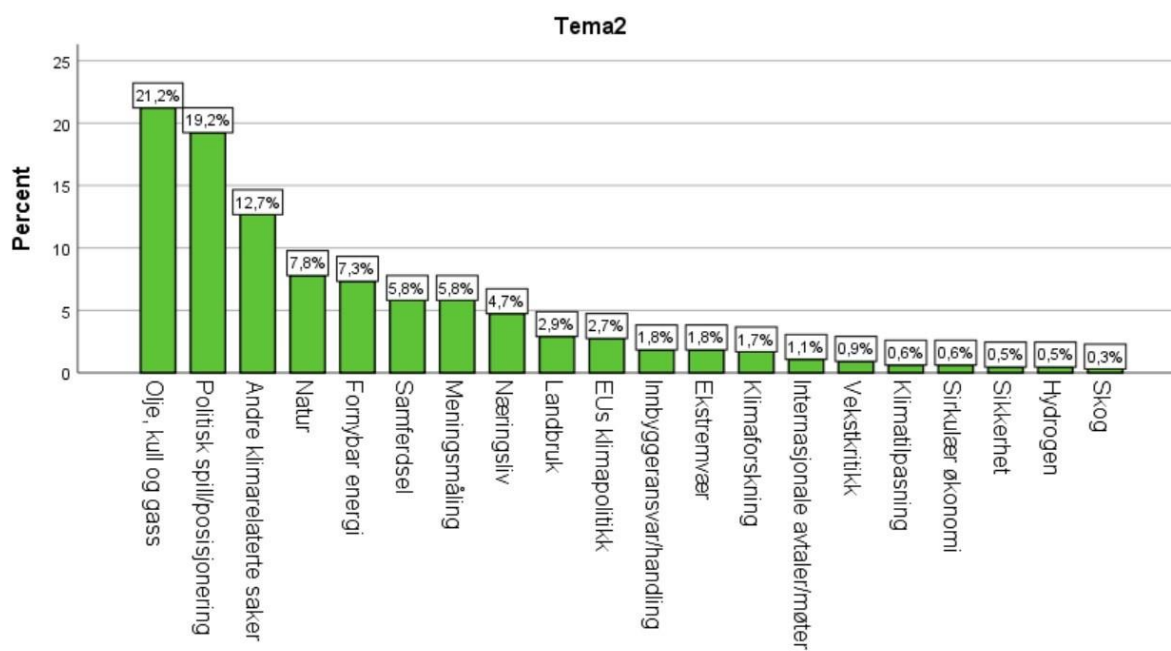
Tabell 40. Tema1 der klima er nevnt, antall.



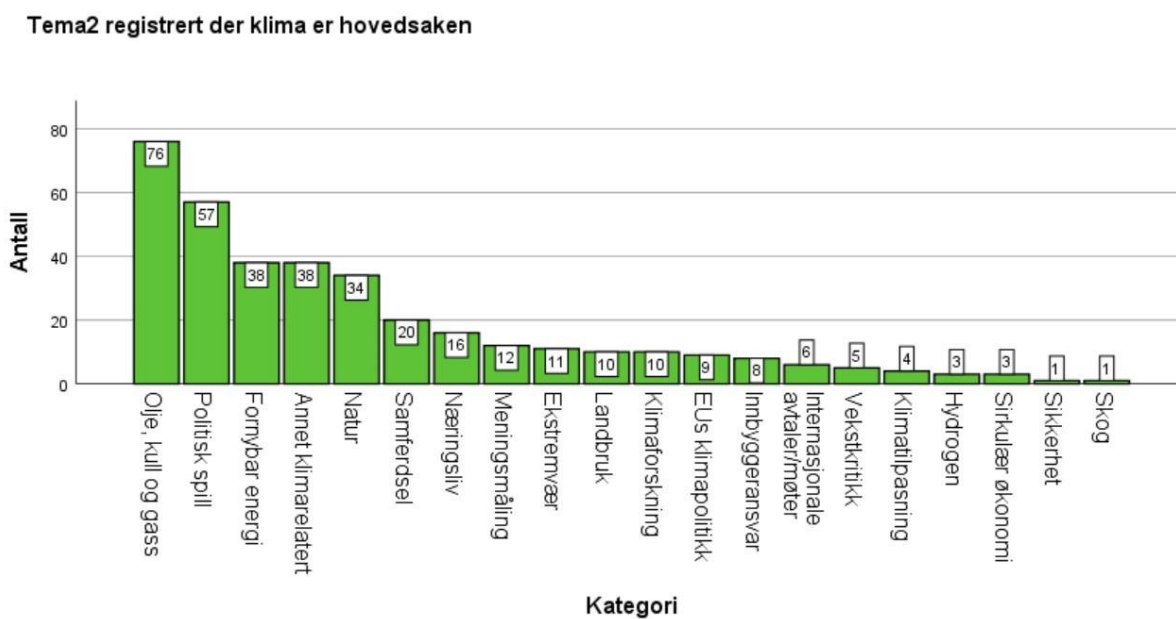
Tabell 41. Tema2, antall.



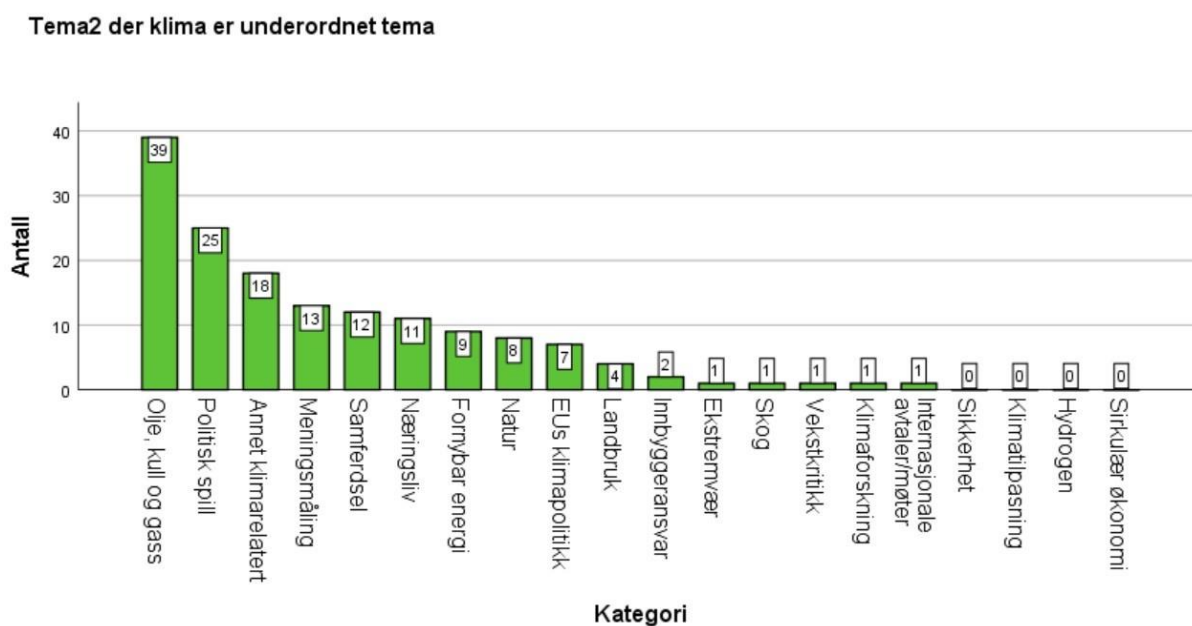
Tabell 42. Tema2, prosent.



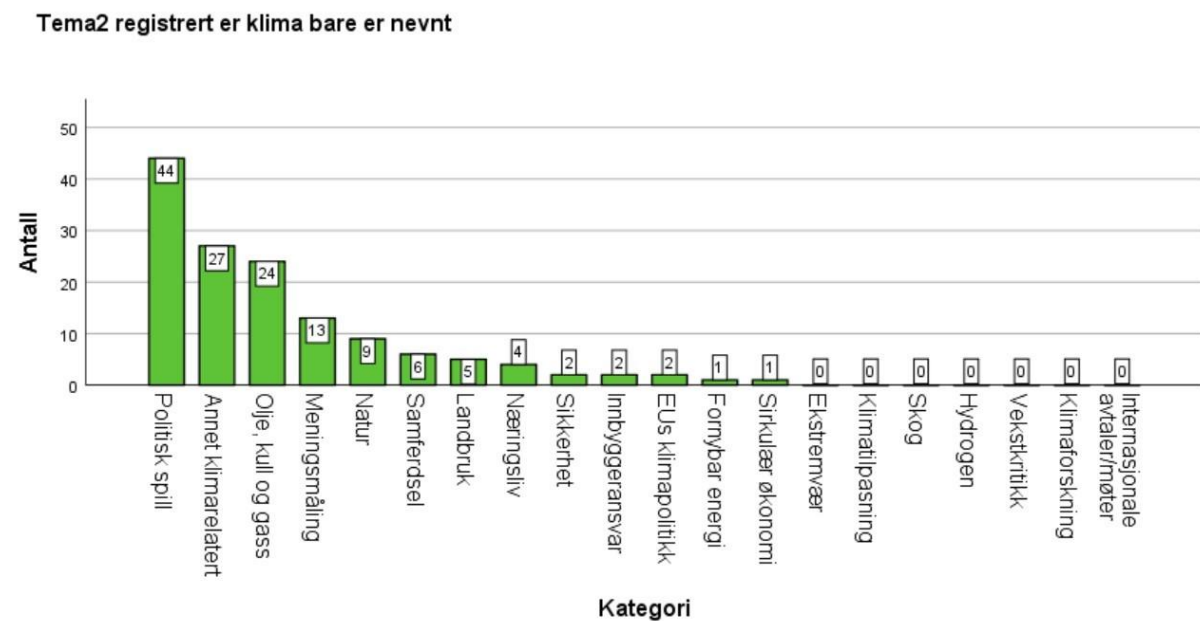
Tabell 43. Tema2 der klima er hovedsaken, antall.



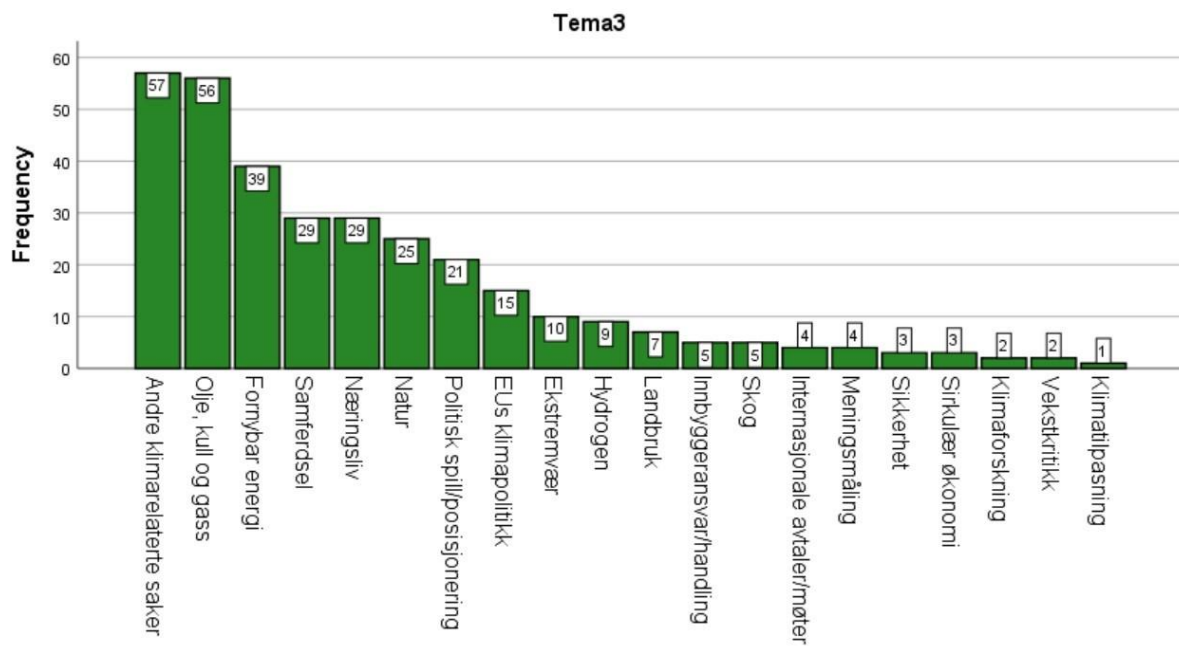
Tabell 44. Tema2 der klima er underordnet, antall.



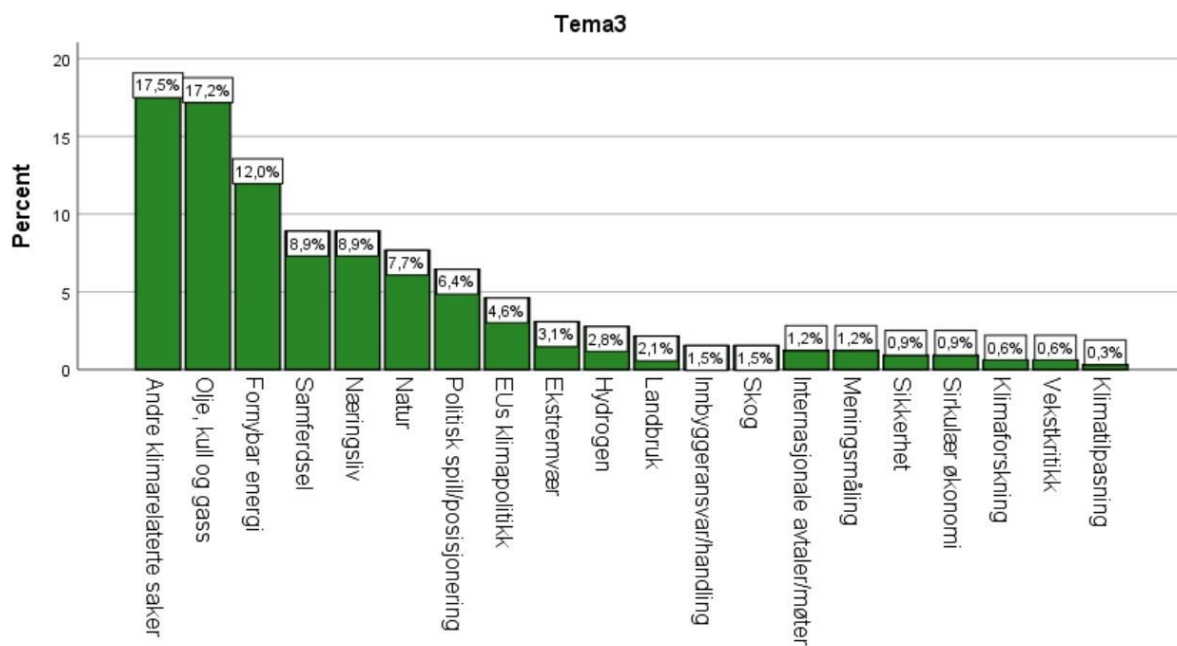
Tabell 45. Tema2 der klima er nevnt, antall.



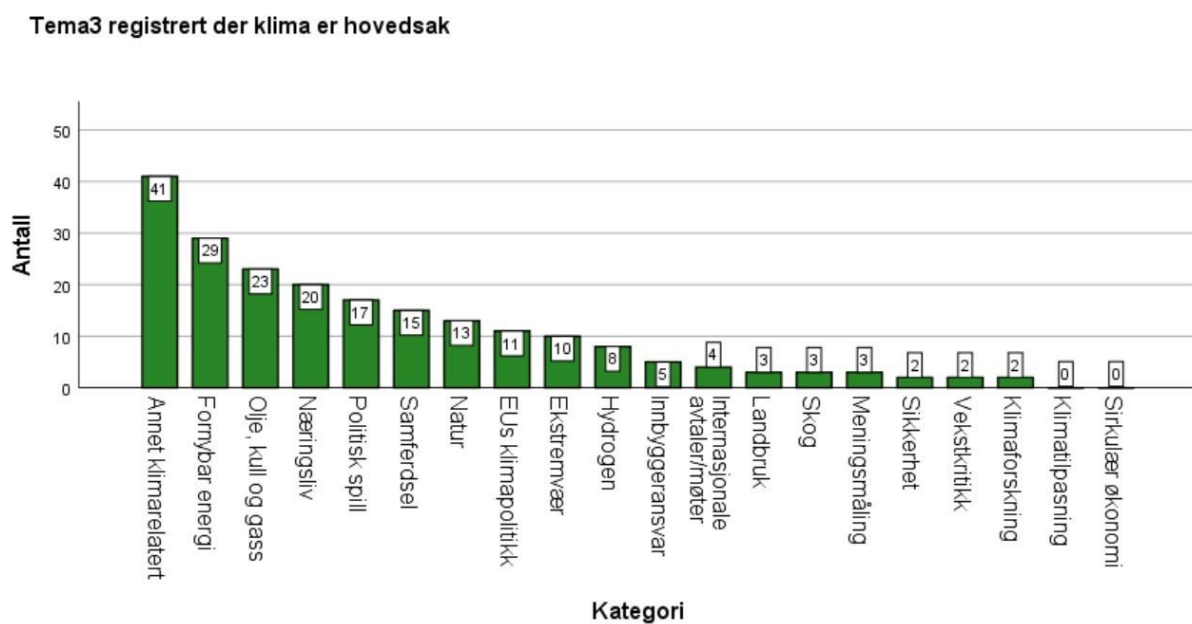
Tabell 46. Tema3, antall.



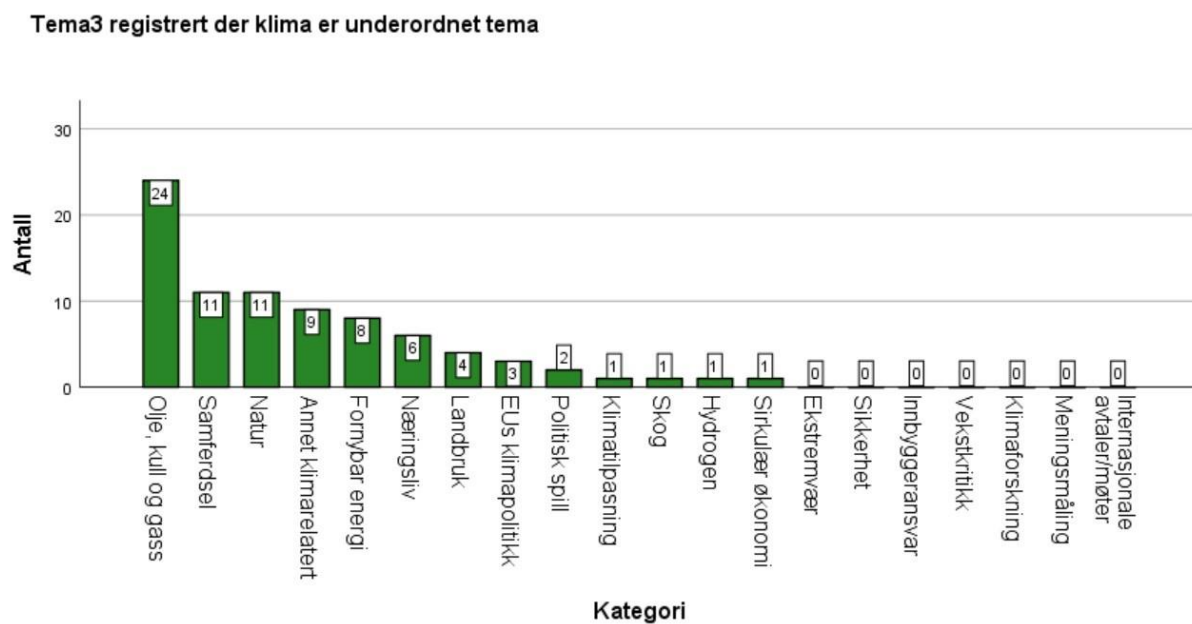
Tabell 47. Tema3, prosent.



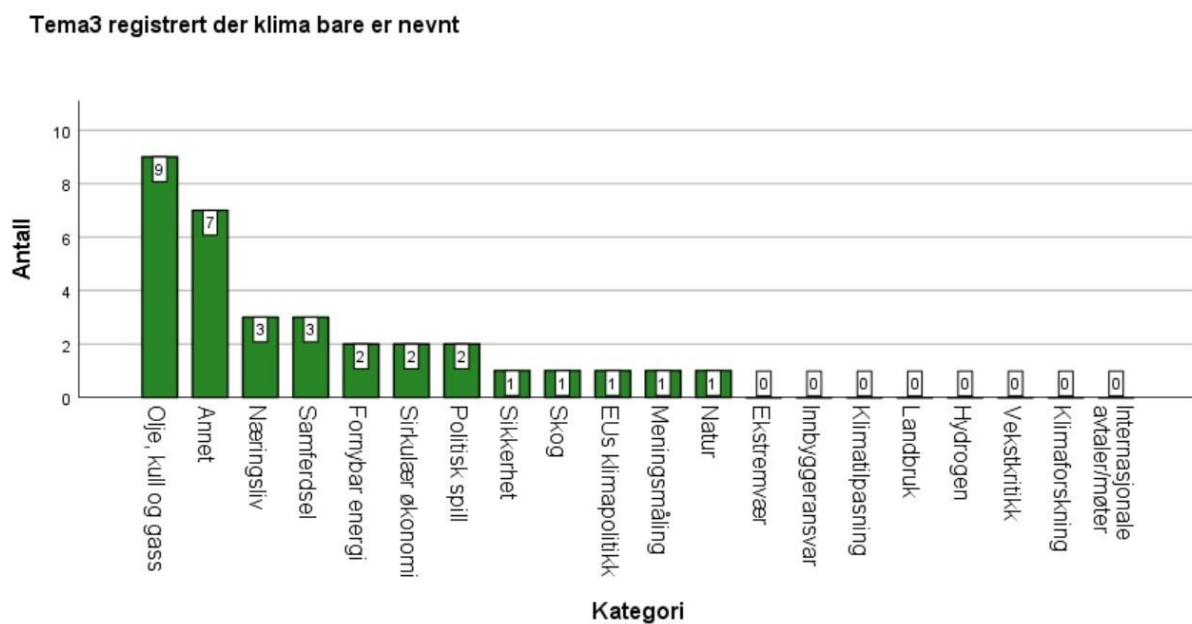
Tabell 48. Tema3 der klima er hovedsaken, antall.



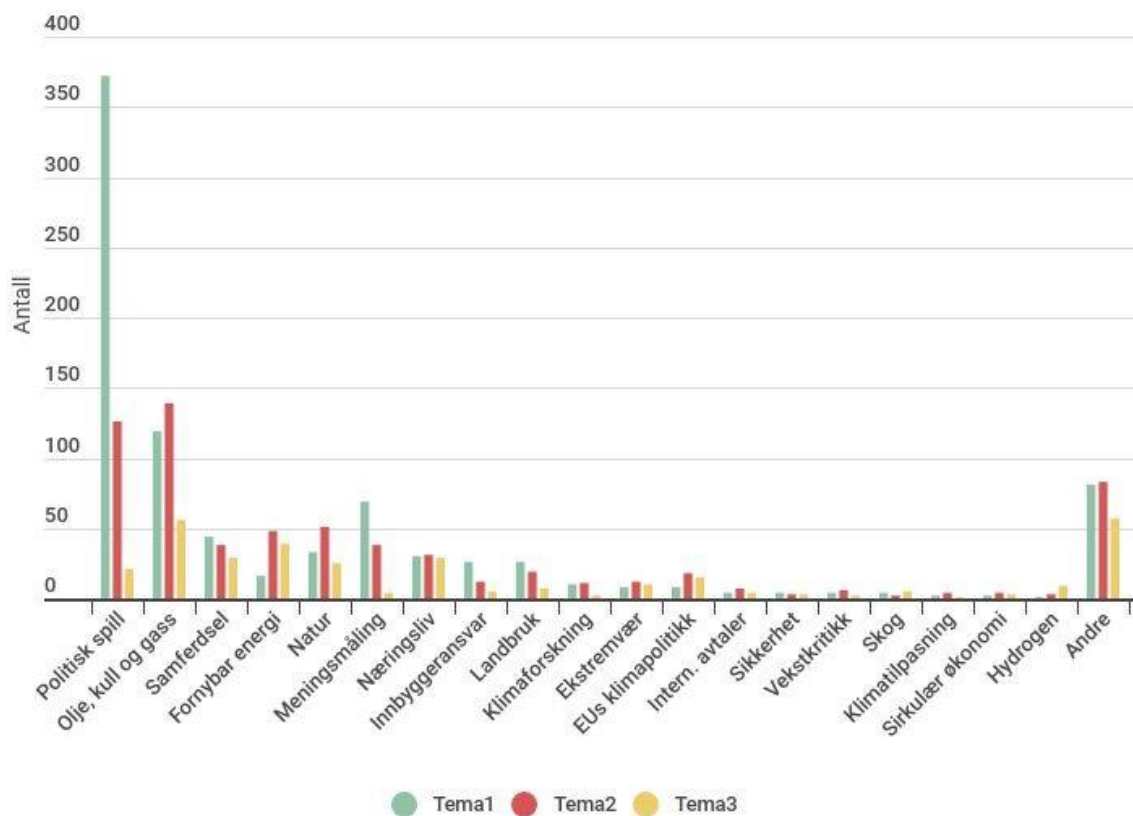
Tabell 49. Tema3 der klima er underordnet, antall.



Tabell 50. Tema3 der klima er nevnt, antall.



Tabell 51. Tema1, 2 og 3 totalt. Antall.



Tabell 52. Tema1, tema2 og tema3 slått sammen – fordelt på klimarelevans. Antall.

