

Nyhetenes rolle i klimadebatten

En kvantitativ studie av sammenhengen mellom nyhetsbruk og folks syn på klimaendringer i 10 europeiske land

May-Helene Gram Franck



Masteroppgave i medier og kommunikasjon
Institutt for informasjons- og medievitenskap

Våren 2021

Sammendrag

Denne studien undersøker samspillet mellom nyhetsbruk og syn på klimaendringer. Medias rolle når det kommer til klimadebatten er gjenstand for stor interesse, og har utviklet seg til et stort og spennende forskningsfelt. Det meste av forskningen har sett på hvordan mediene rapporterer om klimaendringene i nyheten, og da særlig på hvordan aviser dekker dette temaet. Det har ikke vært så mye fokus på hvordan nyhetsbruk eventuelt kan påvirke folks holdninger til klima. Videre ser man at mye av forskningen av medias rolle i klimadebatten er etnosentrisk, dette til tross for at klimaendringer er et globalt problem, som krever globale løsninger. Komparative studier er nødvendig for å forstå mer av diskursen rundt klimaendringer. Målet med denne studiene er å gjøre nettopp dette – se på hvordan nyhetsbruk påvirker folks syn på hvor alvorlig klimaendringene er i en komparativ analyse av 10 europeiske land. For å forstå hvordan dette samspillet mellom nyhetsbruk og klimaendringer fungerer, har jeg sett på om mengden nyheter man konsumerer har en statistisk effekt på folks syn på klimaendringer, og jeg har sett på om hovedkilden til nyheter har en statistisk effekt på folks syn på klimaendringer. Jeg har også sett på om disse effekten varierer mellom 10 europeiske land. Funnen viser at det er noen hovedkilder som har mer å si enn andre, og da særlig TV-nyheter og sosiale media. Videre ser man også at det ikke er noen tydelige mønstre på tvers av landene, og at noen hovedkilder skiller seg mer ut i noen land enn i andre.

Forord

Da sitter jeg her og skal legge siste hånd på verket – en masteroppgave i media og kommunikasjon fra universitetet i Bergen. Da jeg begynte på UiB var det ikke her jeg trodde jeg skulle ende opp, men likevel er det her jeg er. Årene mine på universitet har vært de beste av mitt liv, og det siste halvåret har vært uforglemmelig. Jeg har derfor lys til å takke de som har beriket livet mitt og som har bidratt til å dra denne oppgaven i over målstreken. En oppgave som ikke hadde blitt til uten hjelp.

Jeg vil starte med å takke veilederne min Jan Fredrik Hovden. Jeg setter stor pris på de gode faglige, og ikke faglige, diskusjoner vi har hatt og jeg vil takke deg for gode råd og gode ord når jeg har følt meg veldig alene i den kvantitative verden. Jeg er også stolt over at denne oppgaven har klart å ende en langvarig strid mellom Ålesund og Ørsta. Videre vil jeg takke Hallvard Moe som gav meg ideen om å skrive en komparativ oppgave om medias rolle i klimadebatten. Jeg vil også takke Fritt Ord og Mediebruksgruppen for stipend, og at dere har trodd på oppgaven min.

Jeg vil også takke Johanne, Håvard, Ina og mamma for at dere alle har lest oppgaven min og gitt meg tilbakemeldinger, dere har virkelig vært til stor hjelp. Videre vil jeg også takke min felles klimaentusiast, Solveig. Dine perspektiv har vært uvurderlige. Jeg vil også takke gjengen/jentene på lesesal 542. Lange dager med faglige, og ikke faglige, diskusjoner har gitt meg glede og motivasjon i en ellers ganske kjedelig masterhverdag. Jeg vil også takke seminargruppene mine som har idémyldret sammen med meg, drøfte funnene mine, og gitt meg nye perspektiver og innfallsvinkler. Jeg håper jeg har bidratt like mye i deres studier som dere ha bidratt til min oppgave.

Jeg vil også takke resten av mastergjengen. Lange lunsjer, for mange Fjordland og fast fredagspils er noe jeg kommer til å se tilbake på med et smil om munnen. Jeg hadde ikke klart dette uten dere.

Bergen, 14.juni 2021

Innhold

Kapittel 1: Innledning.....	1
1.1 Tidligere forskning	1
1.2 Problemstilling	3
1.3 Oppgavens struktur	4
Kapittel 2: Litt mer om klima.....	5
2.1 Hva er klimaendringer?	5
2.2 Hvem er det som bryr seg?	5
2.3 Begrepsbruk	8
2.4 Hva sier vitenskapen?	9
Kapittel 3: Litteraturgjennomgang	11
3.1 Medias rolle som informasjonskilde	11
3.1.1 Forsknings spørsmål	13
3.2 Medias rolle i klimadebatten	14
3.2.1 Hva er klimajournalistikk	15
3.2.2 Vinklinger	16
3.2.3 Ulike nyhetskilders dekning av klimaendringer	17
3.2.4 Utfordringer	20
3.2.5 Forsknings spørsmål	21
Kapittel 4: Mediasystem.....	22
4.1. Massesirkulering av pressen	22
4.2 Politisk parallellisme	23
4.3 Profesjonalisering	24
4.4 Statens rolle	24
4.5 Fem modeller	25
4.5.1 Polarisert pluralist	25
4.5.2 Den liberale modellen	27
4.5.3 Den demokratiske korporativ modellen	31
4.5.4 Skandinavisk modell eller medievelferdsstat	35
4.5.5 Øst-Europa	37
4.6 Mediesystem – et tilstrekkelig rammeverk?	39
4.7 Forsknings spørsmål	41
Kapittel 5: Metode og Data	41
5.1 Komparativ studie av mediasystem	42
5.2 Komparativ metode	43
5.3 Utvalg	44
5.4 Data	45

5.4.1 Reuters Digital News Report	46
5.4.2 utfordringer med data	46
5.5 Variabler og mål	48
5.5.1 Avhengig variabel	48
5.5.2 Forklaringsvariablene	49
5.5.3 Bakgrunnsvariabler	50
5.7 Regresjonsanalyse	50
5.6. utfordringer med den komparative metoden	51
Kapittel 6: Analyse	53
6.1 Nasjonale forskjeller i faktiske klimaendringer	54
6.2 Nasjonale skiller i holdninger til klimaendringer	57
6.3 Sammenhenger mellom syn på klimaendringer og utvalgte bakgrunnsvariabler	58
6.3.1 Klimaholdninger og politiske holdninger	59
6.3.3 Klimaholdninger. Kjønn og alder	60
6.3.4 Klimaholdninger og utdanning	62
6.4 Syn på klimaendringer og mediebruk	63
6.4.1 Mediebruk	64
6.4.2 Regresjonsanalyse av mediebruk og syn på klimaendringer	65
6.4.2 Regresjonsanalyse av nyhetsbruk og syn på klimaendringer med kontrollvariabler ..	67
.....	68
6.5 Diskusjon	70
6.5.1 Omfanget av folks nyhetskonsument og holdninger til klimaendringer	70
6.5.2 Hovedkilde til nyheter og holdninger til klimaendringen	71
6.5.3 Forskjeller mellom land og mediesystem i Europa?	73
6.5.4 Oppsummering	75
Kapittel 7: Konkluderende bemerkninger	77
7.1 Veien videre	79
Kapittel 8: Referanser	81

Tabelloversikt

6.1	Klimaendringer i perioden 1960-2017 i 10 europeiske land	55
6.2	Ekstreme hendelser i perioden 1960-2017 i 10 europeiske land	56
6.3	Syn på klimaendringer som alvorlige i 10 europeiske land	58
6.4	Politikk og syn på klimaendringer. Gjennomsnitt for totalt 10 europeiske land	59
6.5	Inntekt og syn på klimaendringer. Gjennomsyn for totalt 10 europeiske land	60
6.6	Alder og syn på klimaendringer. Gjennomsnitt for totalt 10 europeiske land	61
6.7	Kjønn og syn på klimaendringer. Gjennomsnitt for totalt 10 europeiske land	62
6.8	Utdanning og syn på klimaendringer. Gjennomsnitt for totalt 10 europeiske land	63
6.9	Gjennomsnitt av nyhetskonsum i 10 europeiske land	64
6.10	Fordeling av hovedkilde til nyheter i 10 europeiske land	65
6.11	OLS regresjon, nyhetsbruk og syn på klimaendringer	66
6.12	OLS regresjon. Nyhetsbruk og syn på klimaendringer, kontrollert for bakgrunnsvariabler.	68

Kapittel 1: Innledning

«The science is clear» (Ki-Moon 2015). Dette er ord fra daværende generalsekretær i FN, Ban Ki-Moon, sin tale under klimatoppmøtet i Paris i 2015 – et møte som endte i Paris-avtalen. Tross det tydelige utsagnet fra Ki-Moon er det ikke alle som tror på dette budskapet. Hvor alvorlig folk synes klimaendringer er varierer, og selv om det er et vitenskapelig konsensus om at klimaendringer er menneskeskapt er dette ikke et konsensus i offentligheten for øvrig. Hvorfor er det slik? Hva er det som gjør at denne vitenskapelige konsensusen ikke oversettes inn i den offentlige mening? Er det avsender av informasjonen som er problemet?

Nyhetsmediene har en anerkjent rolle i diskursen rundt klimaendringene. På klimatoppmøtet i Sør-Korea i 2019 ble journalister og journalismen trukket frem som ekstremt viktige når det kommer til de store sosiale endringene som må til for å imøtegå klimaendringene (Painter 2019, 2). Nyhetsmedia formidler informasjon om klimaendringer, både globalt og nasjonalt. For å redusere et så stort globalt problem, er et globalt konsensus grunnleggende. Men, det er klare variasjoner i hvordan dette problemet blir håndtert, og dette er et stort hinder for å iverksette globale klimatiltak (Mo Jang og Hart 2015, 12). Tidligere forskning tyder på at forskjellene på nasjonalt nivå ofte kommer av klimasaken blir ulikt fremstilt i de ulike nyhetsmediene (Mo Jang og Hart 2015, 12). Nyhetsmedia er den viktigste kilden til informasjon om klimaendringer. De spiller en viktig rolle for individers tolkning, organisasjoners tolkning og samfunnets forståelse av klimaendringer (Schäfer og Painter, 2020, 2). Kan media være en mulig forklaring på hvorfor den vitenskapelige konsensusen ikke gjenspeiles i samfunnet for øvrig?

Så selv om det er vitenskapelig konsensus, er det ikke et nasjonalt eller globalt konsensus. Siden nyhetsmedia er en så viktig aktør i denne diskursen, kan det tenkes at de spiller en viktig rolle for å definere folks syn på klimaendringer. Hvilke effekter har media på sitt publikum når det kommer til hva folk tenker om klimaendringen? Kan media, i måten de vinkler informasjonen, påvirke folks syn på klimaendringer? Er det en sammenheng mellom folks nyhetsbruk og folks syn på klimaendringer? Det er temaet for denne studien.

1.1 Tidligere forskning

Forskermiljøene har anerkjent betydningen av media i klimadebatten, og siden 1990-tallet har det vært en økning i antall studier som tar for seg hvordan media presenterer klimaendringen til publikum (Schäfer og Schlichting 2014, 3). Særlig hvordan media fremstiller klimaendringer, hvor mye dekning en sak får, hvilke vinklinger som brukes og hvordan saker produseres har fått veldig mye plass i forskningene (Schäfer 2015, 854). En betydelig del av forskningen tar for seg hvor mye dekning klimaendringene får i nyhetsmedia (Schäfer og Schlichting 2014, 9).

Det har også vært en økning i antall land det forskes i. Men selv om utvalget har blitt større, er det fortsatt mest studier basert på forskning i USA og Storbritannia (Schäfer og Schlichting 2014, 10). Av landene i Europa domener Storbritannia, med Sverige i økning i antall studier og Tyskland og Frankrike i fall (Schäfer og Schlichting 2014, 9). Når det kommer til hvilke type nyhetsmedia som det forskes mest på er over 65% pressen, og pressen utgjør over 2/3 av all forskning på innhold (Schäfer og Schlichting 2014, 11). Bare 15% av forskningen omhandler kringkasting, og det er ikke noe trend som tyder på at det blir mer fokus på TV som analyseenhet (Schäfer og Schlichting 2014, 11).

Nyhetsmedias rolle som informasjonskilde til klimaendringer er anerkjent som viktig (Schäfer 2015, 853). Media er en viktig arena hvor sentrale aktører kan produsere, reprodusere og endre betydningene av klimaendringer (Schäfer og Schlichting 2014, 3). Tross dette er det ikke så mye fokus på er hvilken effekt media har på folks holdninger til klima (Schäfer 2015, 854). Som nevnt ovenfor har det meste av forskning vært gjort av pressen som analyseenhet, dette til tross for at de fleste oppgir TV som sin hovedkilde til informasjon om klimaendringer (Schäfer 2015, 858).

I tillegg til begrensinger knyttet til forskning på kringkasting, er mye av den tidligere forskingen basert på singel-case studier. Som et resultat av dette er det vanskelig å sammenligne resultater. Komparative studier av medias rolle i klimadebatten er få, selv om de blir beskrevet som særlig viktig når det kommer til å forstå hvordan klimaendringer kommuniseres (Schmidt, Ivanova og Schäfer, 2013, 1234). Klimaendringer er et globalt fenomen, og må derfor sees på som det (Schmidt, Ivanova og Schäfer, 2013, 1245). I de komparative studien som finnes er det ofte mangel på funksjonell ekvivalens. Noen studier sammenligner faktorene som ikke korresponderer med hverandre, noe som gjør at sammenligningen blir utilstrekkelig (Schmidt, Ivanova og Schäfer, 2013, 1234).

Komparativ forsknings verdi ligger i at de kan vise hvor universelle ulike funn er, og kan med det finne forholdene mellom sosiale fenomener (Schmidt, Ivanova og Schäfer, 2013, 1234). Siden klimaendringer er et globalt fenomen, som nasjonale aktører prøver å løse, kan en cross-nasjonal analyse gi verdifull informasjon (Schmidt, Ivanova og Schäfer, 2013, 1234). Vi må heve blikket opp fra case-studienes lune armkrok og se på de store linjene på tvers av samfunnet (Schmidt, Ivanova og Schäfer, 2013, 1245). For å gjøre en tilstrekkelig komparativ analyse, må en ha et rammeverk som bygger på de samme dimensjonen. Mediasystem er en måte å organisere land på som har fellestrekk når det kommer til hvordan de organiserer mediene sine.

Sidene disse bygger på de samme dimensjonene, kan de brukes som et rammeverk til en komparativ analyse (Hallin og Mancini, 2004, xiii).

Det er vanskelig å dekke en sak så kompleks som klimaendringer i sin helhet. Nyhetsmedia må velge ut de delene de selv synes har nyhetsverdi, og de må konkurrere med andre aktører som promoterer andre aspekter (Schmidt, Ivanova og Schäfer, 2013, 1234). Medias rolle i samfunnsproblemer har viktige ringvirkninger i ulike sosiale sfærer. Media sender signaler om problemets relevans og hvordan bevisstheten rundt et tema speiler det politikerne og andre aktører mener (Schmidt, Ivanova og Schäfer, 2013, 1234). En kvantitativ studie som ser på hvordan samspillet mellom nyhetsbruk og syn på klimaendringer sier ikke nødvendigvis noe om hvordan media fremmer innholdet i media, men kan vise effekten av nyhetsbruk

Noen land er mer negativt påvirket av klimaendringer enn andre., og det kan derfor tenkes at klimaendringene er høyere på dagsordene hos media i disse landene Det er naturlig å forvente at media sitt klimafokus er høyere i disse landene. Dette kan være trigget av ekstreme hendelser og person- og materielle skader. Selv om det ikke er en signifikant sammenheng mellom ekstreme hendelser og klimaendringer, blir disse brukt av offentlige aktører, også media, til å øke bevisstheten rundt klimaendringer og dermed øke aktivismen (Schmidt, Ivanova og Schäfer, 2013, 1238). Flere oversvømmelser og mangel på mat og vann, er eksempler på dette. Dette kan skyldes geografiske forhold, men også infrastrukturelle faktorer, økonomi og institusjoners kapasitet til å adaptere løsninger på problemene klimaendringer fører med seg (Schmidt, Ivanova og Schäfer, 2013, 1238). I disse utsatte landene får klimaendringer også mer fokus, fordi det er viktigere for dem at klimaendringene minskes raskere (Schmidt, Ivanova og Schäfer, 2013, 1238).

1.2 Problemstilling

Målet med denne studien er å gi et svar på om media har en målbar effekt på folks synspunkt på klimaendringer. Media har en så sentral rolle, og det er derfor interessant å se på om de påvirker folk. Det er gjort lite forskning på medias effekt av klimadekningen på publikum i ulike land (Painter, 2019, 4). Det er gjort mye forskning på USA, men ikke så mye i Europa? (Painter 2019, 4). Det meste av forskningen på dette temaet er etnosentrisk, og derfor har denne studien også som mål å gjøre en komparativ analyse. Dette fordi det er et behov for mer komparativ forskning når det kommer til mediens rolle i klimadebatten. Problemstilling som denne studien skal besvare er:

«Er det en sammenheng mellom nyhetsbruk og folks syn på klimaendringene?»

Denne studien legger vekt på generelle trekk ved forholdet mellom nyhetskonsument og synspunkter på klimaendringer på tvers av ulike land og kulturer. For å kunne gi et svar på problemstillingen, har jeg tatt utgangspunkt i tre forskningsspørsmål:

- 1 Er det en sammenheng mellom mengden av folks nyhetskonsument og holdninger til klimaendringer?
- 2 Er det en sammenheng mellom folks hovedkilde til nyheter og holdninger til klimaendringer?
- 3 Hvordan varierer effekten av omfanget av nyhetsbruk og hovedkilde til nyheter mellom land og mediasystem i Europa?

1.3 Oppgavens struktur

Kapittel 2 vil gi et overblikk over hva klimaendringer er og hvilke grupper som bryr seg mer om klimaendringer. Det er viktig å forstå fenomenet studien tar for seg, og hvilke andre variabler som er avgjørende før man går over til å se på media som mulige forklaringsvariabler. Ingen fenomener kan forklares med bare en forklaring, og her legges grunnlaget slik at resten av studien kan ha et mer avgrenset fokus nyhetsmedier og medienes rolle i klimadebatten. Kapittel 3 vil ta for seg en litteraturgjennomgang, som er delt inn i tema etter forskningsspørsmålene til oppgaven. Kapittel 4 presenterer hovedtrekk ved ulike mediasystem, som er et viktig rammeverk for en komparativ studie. Kapittel 4 vil fungere som bakgrunn for forskningsspørsmål nr.3. Kapittel 5 tar for seg metoden denne studien har brukt, og hvilke vurderinger som ligger til grunn for de metodiske valgene. Kapittel 6 er analysekapitlet. Her vil det først bli gitt en deskriptiv gjennomgang av funnene. Avslutningsvis i dette kapitlet vil det komme en drøftingsdel som tar for seg forskningsspørsmålene. Kapittel 7 består av konkluderende bemerkninger og en avrunding av studien.

Kapittel 2: Litt mer om klima

Temaet i denne studien er all hovedsak hvordan nyhetsbruk påvirker holdningen til klimaendringer, men for å gjøre dette må en først vite hva klimaendringer er. Dette er ikke en naturvitenskaplig oppgave, og det skal ikke brukes for stor plass å gjøre rede for hva klimaendringer er. Men, siden det er et så komplekst tema, er det likevel hensiktsmessig å bruke litt plass på å definere sentrale begrep og konsepter som klimaendringer, vitenskapelig konsensus og hva som inngår i konseptene menneskeskapt vs. naturlige endringer. Videre er det også nyttig å vise hvilke sosioøkonomiske variabler som ligger til grunn for holdninger til klimaendringer.

2.1 Hva er klimaendringer?

Klima er gjennomsnittet av målinger av været over lengre tid. Endringer i klima er veldig vanskelig for mennesker å legge merke til, de skjer ikke over natten, men fra tiår til tiår (fn.no, 2021). Den vitenskapelige tilnærmingen til klimaendringer er klar, usikkerheten kommer når folk flest skal legge mening til dette fenomenet selv. Konkret er klimaendringer økning i overflatetemperatur, ismelting, forhøyet havnivå og endring i nedbørsmønsteret og at vannet blir surere (fn.no, 2021).

En vesentlig del av klimaendringene er knyttet opp til økt konsentrasjon av karbondioksid (CO₂) i atmosfærene. Dette fører til en økning i overflatetemperaturer at isen på polområdene smelter. Dette fører igjen til at havnivået stiger, noe som er veldig utfordrende for kystsamfunn (fn.no, 2021). En annen problemstilling knyttet til økt CO₂ konsentrasjon er at havet tar opp om lag 20% av CO₂-utslippene. Det er i utgangspunktet bra at disse ikke blir tatt opp i atmosfæren, men det gjør at havet blir surere noe som er veldig skadelig for alt av liv under vann (fn.no, 2021).

2.2 Hvem er det som bryr seg?

Klimaendringer er et globalt problem som påvirker oss alle, likevel er det ikke alle som er like opptatt av dette problemet. Forskning viser at de som er mer utsatt for effekten av klimaendringer i større grad er opptatt av klimaendringer. Dette gjelder i særlig grad medlemmer av svakerestilte sosioøkonomiske grupper (Pearson et al. 2017, 2). Litteraturen som tar for seg om hvem som bryr seg om klimaendringer og hvem som ikke gjør det har blitt ganske omfattende. Et typisk mønster på tvers av ulike demografiske grupper er at menn, eldre aldersgrupper og de med lavere antall år med formell utdanning pleier å være mer tvilende til menneskeskapt klimaendringer (Poortinga et al, 2019, 25).

Effekten av alder har vært et gjennomgående funn i et stort utvalg av land (Poortinga et al, 2019, 26). Eldre har en tendens til å være mindre bekymret sammenlignet med yngre når det kommer til klimaendringene (Shi et al, 2016, 761). Eldre folk er mer etablert inn i den eksisterende sosiale strukturen og finner det derfor vanskeligere å akseptere de endringene som må til for å bøte på klimaendringene (Poortinga et al, 2019, 26). Mennesker er dynamiske skapninger, noe som fører til at man endrer verdiene sine når man blir eldre. Forskning viser at folk har en tendens til å bli mer konservative med årene, og politisk orientering er en av de sterkeste indikatorene på holdninger til klimaendringer (Poortinga et al, 2019, 26). Alder kan også forklares med at i løpet av de siste årene har klimaendringer, og utfordringer knyttet til dette, vært en del av grunnskoleundervisningen og har trolig derfor mer kjennskap til klimaendringene (Poortinga et al, 2019, 26).

Klimaendringer vil disproporsjonalt ramme de fattigste (Pearson et al. 2017, 12), da de er mer utsatt for dårlig kvalitet på omgivelsene sine (Echavarren 2016, 156). Mye av denne bekymringen er knyttet til en frykt om at de ikke er godt nok rustet til å beskytte seg mot disse endringene (Pearson et al. 2017, 13). Forskning viser at det er en svak, men positiv, korrelasjon mellom lav inntekt og bekymring for menneskeskapte klimaendringer (Pearson et al. 2017, 13). Folk med høyere inntekt viser ofte forståelse for forskningen bak klimaendringer, mens de med lav inntekt er mer bekymret, selv om de ikke forstår alle elementene som ligger bak klimaendringene (Pearson et al. 2017, 12). På nasjonalt nivå vil høyere BNP per capita ha en negativ korrelasjon med å vise bekymring knyttet til klimaendringene. Altså, rikere land er mindre opptatt av å være redd for klimaendringen enn folk i fattigere land (Echavarren 2016, 156).

Det er mer sannsynlig at kvinner tror på at klimaendringer finner sted sammenlignet med menn. De er mer bekymret for effektene av klimaendringer da de opplever mer av risikoen rundt klimaendringer (Pearson et al. 2017, 18). Dette reflekterer mest sannsynlig den sosiale ulikheten mellom kjønnene og hvordan deres subjektive opplevelse av klimaendringene er i forhold til risikoene de utsettes for (Poortinga et al, 2019, 26). Kvinner lider av større finansiell usikkerhet enn menn og er derfor mer utsatt for effekten av klimaendringer. (Pearson et al. 2017, 19). Grunnet historisk undertrykkelse kan kvinner i større grad relatere til utnyttelsen av naturen og føler seg mer tvungen til å ta vare på det (Pearson et al, 2017, 19). «White male effect» viser et mønster om at hvite menn ofte er mer aksepterende ovenfor risikoene som kommer med klimaendringene. Det er unikt sammenlignet med alle andre demografiske grupper (Poortinga et al, 2019, 25).

Kvinner har også mer kunnskap om klimaendringer og opplever global oppvarming som en potensiell fare i deres levetid (Perason et al. 2017, 18). Forskjellen mellom kjønnene er ikke så store når man også kontrollerer for andre verdier (Poortinga et al, 2019, 26).). Det er også mindre sannsynlig at kvinner deler feilinformasjon om klimaendringer, og de uttrykker i mindre grad skeptisisme på sosiale media (Pearson et al. 2017, 18). Kjønnsvariablene har en tendens til å variere mellom land (Shi et al, 2016, 761).

Utdanning er en av de største indikatorene på holdninger til klimaendringer, en tendens man ser over hele verden (Pearson, 2017, 14). Utdanning er positivt assosiert med en bevissthet rundt globale klimaendringer og kunnskap om klimaendringer, samt støtte til maktinnehaverne om å minske effekten av klimaendringene (Pearson et al 2017, 15). De som har lengre formell utdanning viser høyere grad av bekymring når det kommer til klimaendringer (Poortinga et al, 2019, 26). Dette kan tolkes som at utdanning er en proxy for kunnskap og en bedre forståelse av vitenskapen som bygger opp under klimaendringene. Men vitenskapelig kunnskap i seg selv pleier å være en dårlig predikter på holdninger til klimaendringer. Klimaskeptikere pleier å være like kunnskapsrike som ikke-skeptikere (Poortinga et al, 2019, 26). Kunnskap pleier å ha ulik effekt basert på folks politiske orientering. Dette kan tyde på at mangel på bekymring knyttet til klimaendringer og ikke skyldes underskudd på kunnskap (Poortinga et al, 2019, 26).

Politisk orientering er også en indikator på ens holdning til klimaendringer (Pearson et al 2017, 15). Høyresiden er mer opptatt av å beskytte privat eiendom, redusere statlige intervensjoner av markeder og å beskytte nasjonal suverenitet. Dette er ikke forenlig med globale klimatiltak (McCright, Dunlap og Marquart-Pyatt 2016, 343). Høyreorienterte er mer opptatt av den autoritære statsinstitusjonen, som ofte kan jobbe mot global klimapolitikk da dette bryter med den nasjonale suvereniteten (Pearson et al. 2017, 14). Rikere, ofte mer konservative politisk orienterte, er interessert i å beholde sin posisjon i samfunnet og av den grunn ønsker de ikke å endre noe. De er altså mindre opptatt av å gjøre noe med klimaendringene, selv om de viser mer forståelse for vitenskapen som ligger bak (Pearson et al. 2017, 14).

Spesielt i USA har det blitt gjort mye forskning som tilser at hvor man befinner seg på den politiske skalaen påvirker holdninger til klima. Dette er også funn i andre land, og da spesielt i de britiske landene. Det er likevel ikke klart om denne effekten er like stor i andre land (Poortinga et al, 2019, 26). I USA viser forskning til at menneskeskapte klimaendringer har blitt politisert (McCright, Dunlap og Marquart-Pyatt 2016, 338). I USA er det en tydelig

effekt av hvor man befinner seg på høyre-/venstre-skalaen og hvor man står i klimadebatten, selv etter at man har kontrollert for de sosioøkonomiske bakgrunnsvariablene (McCright, Dunlap og Marquart-Pyatt 2016, 341). I EU derimot, er det et svakere skille mellom høyre- og venstreorienterte grupper i klimasaken. Selv om skillet eksisterer, er det til stede i mindre grad enn i USA (McCright, Dunlap og Marquart-Pyatt 2016, 350). Dette skyldes trolig av at EU har hatt en mye mer progressiv klimapolitikk sammenlignet med USA. Motstandsbevegelser har vært mye mindre synlige i den europeiske unionen enn i den amerikanske unionen (McCright, Dunlap og Marquart-Pyatt 2016, 343).

I Vest-Europa har venstresiden tradisjonelt blitt assosiert med sosial forandring og statlig styring som fremmer større politisk, sosial og økonomisk likhet, mens høyresiden er mer opptatt av å beholde det mer hierarkiske politiske, sosiale og økonomiske systemet (McCright, Dunlap og Marquart-Pyatt 2016, 344). Det er verdt å nevne at denne ideologiske spliden ikke har manifestert seg i de tidligere kommunistiske landene (McCright, Dunlap og Marquart-Pyatt 2016, 344). Dette skillet er sviktende, eller ikke-eksisterende i de tidligere kommunistiske landene (McCright, Dunlap og Marquart-Pyatt 2016, 344). Venstresiden er ganske lik, men høyresidens orientering mot tradisjoner langt svakere i de tidligere kommunistlandene (McCright, Dunlap og Marquart-Pyatt 2016, 344).

Det er tydelig at demografiske variabler som kjønn, alder og utdanning er viktige faktorer som påvirker folks holdning til klimaendringer, likevel er det ikke visst om disse effektene er universelle eller om de varierer på tvers av land (Poortinga et al, 2019, 26). Selv om det er gjort veldig mange studier på hvem som bryr seg om klimaendringer, er disse for det meste på individnivå og de har blitt gjennomført i et land eller i et lite utvalg av land. Dette gjør det vanskelig å sammenligne studier på tvers av land, fordi de bruker ulike faktorer og konseptualiseringer av nøkkelbegreper innenfor klimaendringdiskursen (Poortinga et al, 2019, 26).

2.3 Begrepsbruk

Offentlighetens forståelse av årsak og effekt når det kommer til problemer knyttet til klimaendringer, er et hinder når det kommer til hvordan man jobber for å minske effekten (Shi et.al 2020, 1). Tidligere studier viser til at offentligheten har mislykkes i å nå en enighet om «klimaendringer» eller «global oppvarming» er det mest passende begrepet for de globale klimautfordringene. Global oppvarming beskriver de globale klimaproblemene som en

kontinuerlig økning i overflatetemperaturen som en følge av menneskelige utslipp av drivhusgasser. Klimaendringer inkluderer ikke bare økningen i overflatetemperatur, men også en rekke komplekse endringer i klima som kan skje med bakgrunn i den naturlige prosessen, eksterne krefter eller menneskenes interaksjoner (Shi et.al 2020, 1-2).

Det at folk bruker forskjellige begreper, og legger ulike ting til de ulike begrepene, gjør at det er veldig vanskelig å snakke om en krise som kan løses (Shi et.al 2020, 2). Offentlige preferanser mellom de ulike begrepene er enda tydeligere når en ser på det ideologiske spekteret. Mer konservative aktører har en tendens til å bruke global oppvarming, da det er lettere å finne motstridene fakta på at dette finner sted. Et eksempel på dette er ekstrem kulde, som går imot en idé om global oppvarming (Shi, et.al 2020, 2). Begrepet klimaendringer blir sett på som et mer nøytralt begrep (Mo Jang og Hart 2015, 13), og det er dette begrepet jeg bruker i oppgaven. Dette er også begrepet som blir brukt i datasettet som denne studien bruker. Det er verdt å ha i bakhodet at begrepsbruken i klimadebatten er politiserte, og dette kan påvirke resultatet i analysen.

2.4 Hva sier vitenskapen?

Det er et vitenskapelig konsensus om at mennesker står bak klimaendringene, men offentligheten for øvrig er delt på dette feltet (van der Linden, Leiserowitz og Maibach, 2019, 49). Det store skillet mellom forskning og offentlighetens oppfattelse kalles for et «konsensus gap». Menneskeskapte klimaendringer er det problemet som haster mest, spesielt fordi storskala endringer krever en betydelig forandring i individuell- og kollektivhandling og beslutningstaking (van der Linden, Leiserowitz og Maibach, 2019, 4). 97% av klimaforskere har konkludert med at menneskeskapte klimaendringer skjer (van der Linden, Leiserowitz og Maibach, 2019, 49),

Det er en stadig økende internasjonal aksept for at klimaendringene er en alvorlig trussel for menneskehetens sikkerhet og integriteten til miljøet (Whitmarsh 2009, 401). Det å informere offentligheten om årsakene til og effektene av klimaendringer er akseptert som en grunnleggende forutsetning for en informert offentligbeslutningstaking og demokratisk forutsetning (Whitmarsh 2009, 401). Selv om det er et vitenskapelig konsensus i forskningen om at klimaendringer er menneskeskapt og at vi må gjøre noe med de raskt, virker det som om den øvrige befolkningene ikke er helt med på dette. Offentlighetens forståelse av årsak og effekt av klimaendringer er avgjørende for hvordan vi som samfunn skal få bukt med problemet. Modeller som viser klimaendringer blir mer og mer kompliserte, og selv om det er en vitenskapelig konsensus om de grunnleggende funksjonene ved klimaendringer, er det usikkert

om de mer detaljerte aspektene ved menneskeskapte klimaendringer (Schäfer og Schilchting 2014, 3).

Tross de varslene som kommer fra det vitenskapelige miljøet, forblir klimaendringer et lavt prioritert problem for store deler av verdensbefolkning. De fleste har begrensinger når det kommer til å innhente og å forstå data, samt at mange ikke har opplevd effekten av klimaendringene direkte, noe som igjen gjør at det er vanskeligere å tro på vitenskapen (Mo Jang og Hart 2015, 11).

Kapittel 3: Litteraturgjennomgang

Dette kapittelet skal ta for seg en litteraturgjennomgang som legger grunnlaget for analysen som kommer senere. Dette kapittelet er delt inn i to deler, som begge tar for seg et av forskningsspørsmålene. Kapittel 4 tar for seg mediesystem og det siste forskningsspørsmålet. Som jeg har nevnt er media en av de vanligste kilden til informasjon om klimaendringer, men gir media tilstrekkelig informasjon om klimaendringene? Krever ikke dette at folk bruker nyheter for å få informasjon, eller legger vi for mye ansvar på mediene? Hva er egentlig medienes rolle i et samfunn? Dette skal den første delen ta for seg. Det neste temaet er klimajournalistikk. Det er, som sagt, blitt et veldig innholdsrikt forskingsfelt og jeg skal gi et overblikk over hvordan denne journalistikken skiller seg fra annen type journalistikk, hvilke vinklinger som er vanlig å bruke, hvordan ulike nyhetskilder rapporterer om klimaendringer og hvilke utfordringer klimajournalistikken har. Mye av den litteraturen som legges frem, og spesielt det som omhandler klimajournalistikken, er forankret i empiri.

Litteraturen som presenteres her vil være viktig for å forstå resultatet av regresjonsanalysen. Definerings av konsepter er en sentral del av den komparative tilnærmingen. Dette er avgjørende for å kunne utvikle en systematisk forståelse av hvordan teoretiske konsepter henger sammen med, og kan forklare ulike fenomener i et samfunn (Penning, Keman og Kleinnjenhuis, 2006, 25). Individens samhandling må forstås i lys av deres situasjon og kontekst (Grønmo, 2017, 45). Denne situasjonen utgjør den sosiale virkeligheten, og kan ikke analyseres bare ut fra kjennskap til de enkelte individer som inngår i en situasjon (Grønmo, 2017, 45). Større samfunnsmessige forhold, som institusjoner og strukturer, kan ikke observeres løsrevet fra sin kontekst. Mønstre i samfunnet kan ikke gjøres til gjenstand for direkte observasjon og kan ikke gjøres til egen analyseenhet (Grønmo, 2017, 45). Det er derfor viktig med en solid bakgrunnsforståelse for et tema for å gjøre en tilstrekkelig god analyse.

3.1 Medias rolle som informasjonskilde

Det meste av folks kunnskap om klimaendringer kommer fra media (Schäfer og Painter 2020, 2). Noe som ikke er så rart da media spiller en sentral rolle som informasjonskilde til offentligheten i demokratier. Demokrati fungerer bedre når borgere er informert, fordi informasjon fører til at borgerne er bedre rustet til å delta i politikken, ha meningsfulle samtaler om samfunnsforhold, ha meninger som sammenfaller med hverandre og kan stemme på politiske representanter som har meninger som sammenfaller med deres egen (Aalberg, van Aelst og Curran, 2012, 34). For å gjøre et rasjonelt valg må en vite hva målet er, alternative måter å nå dette målet på og konsekvensene av å velge hvert alternativ (Downs, 1957, 208).

Dette krever både kontekstuell kunnskap og informasjon, som begge er nødvendige aspekter når det kommer til å utføre valg (Downs, 1957, 208). Slik det moderne demokratiet er bygd opp, med spesialiseringen av profesjoner, har enkelt individer ikke tid til å samle inn all den informasjonen de trenger for å gjøre gode rasjonelle valg (Downs, 1957, 212).

Borgere er avhengige av aktører som kan gi dem informasjon (Downs, 1957, 212). Det er her media kommer inn. Demokratiet er avhengig av media, og da i særlig grad journalistikken, for informasjonsflyt, en arena for offentlig debatt, og som en vaktbikkje (Stömbäk 2005, 332). Deres jobb er å gi borgerne nok informasjon til å kunne gjøre gode demokratiske valg som er til det beste for allmenheten (Stömbäk 2005, 332). Nyheter og kommentarer gjør det mulig for borgere å gjøre informerte og effektive valg som påvirker samfunnet de lever i (Aalberg, van Aelst og Curran, 2012, 34). Dette er viktig da utfordringene knyttet til klimaendringer krever en betydelig endring hos beslutningstakeren, samt på individuelt og kollektivt nivå (van der Linden, Leiserowitz og Maibach, 2019, 4). For at dette skal skje må man ha kunnskap om klimaendringer. Her spiller journalister og journalisten en ekstremt viktig rolle når det kommer til de store sosiale endringene som må til for å imøtegå utfordringene knyttet til klimaendringer (Painter 2019, 2).

Hvor stor rolle media skal ha i demokratiet er det uenighet om i fagfeltet. Et minimumskrav til et normativt ideal er at media og journalisten følger og fremmer reglene og prosedyrene i demokratiet. Utover det står medieeieren, redaktørene og journalistene fritt til å gjøre det de vil. I et slikt fritt mediemarked vil innhold på sikt reflektere mangfold i meninger grunnet etterspørsel. Hvis en type innhold blir nok etterspurt, vil det bli produsert. Det er derfor ikke noen grunn til å legge noen spesielle krav til innhold fra media. Når det er sagt - hvis det skjer noe som borgerne burde vite om, burde journalisten gi etter (Stömbäk 2005, 338).

Andre normative idealer bygger på at nyhetsjournalistikken burde gi informasjon som folk kan stole på. Nyhetene burde reflektere virkeligheten som nyhetene refererer til. Videre burde nyhetene være proporsjonale, slik at de ikke retter folks oppmerksomhet i feil retning. Journalisten burde fokusere sin oppmerksomhet på de politiske alternativene og de burde overvåke den politiske elite, både når det kommer til hva de har gjort, men også med tanke på hva de har tenkt å gjøre. Journalister og media burde også tilby grunnleggende informasjon om hvordan samfunnet og det politiske systemet fungerer, gi informasjon om viktige samfunnsproblemer og hvordan beslutningsprosesser virker (Stömbäk 2005, 339). Og, de burde vinkle politikken slik at den mobiliserer folk til å delta i politikken (Stömbäk 2005, 340). De burde også jobbe for å koble sammen vanlige folks liv med politikk og politiske aktører. På

denne måten vise «vanlige» folk hvordan livet deres blir påvirket av politikken (Stömbäk 2005, 340).

Uansett hvilke normativ ideal man legger til media, er det ingen tvil om at de er viktig for demokratiet da de er med på å forme den offentlige meningen. Den offentlige meningen er en av hjørnesteinene i et velfungerende demokrati. Det forventes av borgere at de har preferanser når det kommer til politiske saker, politiske aktører og politiske dimensjoner (Aalberg og Curran, 2012, 3). Siden de fleste i offentligheten får sin informasjon om klimaendringer fra media, er tid og plass nyhetsmedia bruker på problemet en god indikator til offentligheten om hvor relevant problemet er, og i hvor stor grad offentligheten skal bry seg (Kundzewicz, Painter og Kundzewicz 2019, 366). Nyhetsmedias dekning av klimaendringer er en god predikter på den offentlige meningen, offentlig bekymring og diskusjon av klimaendringer på sosiale medier (Song et al, 2021, 2).

Tross det at relevant politisk informasjon aldri har vært så tilgjengelig som nå, har det heller aldri vært så lett å unngå informasjon som nå. Med utviklingen av kabel-tv, og etter hvert også internett, har publikum større valgfrihet når det kommer til hva de ønsker å konsumere. Som en følge av dette blir det lettere å velg bort nyheter (Aalberg og Curran, 2012, 3). Med flere aktører på banen er det noen som mener at kvaliteten på nyhetene har blitt dårligere. Et økende konkurransepreget mediemarked, der det er om å gjøre å holde på oppmerksomheten til brukeren lengst mulig, har ført til at nyhetsredaksjoner blir tvunget til å sensasjonalisere nyhetsinnhold (Aalberg og Curran, 2012, 3). Dette er utfordringer som også er synlige i journalistikk som omhandler klimaendringer (Schäfer og Painter, 2020, 3).

3.1.1 Forskningsspørsmål

Uansett hvilke normative idealer som brukes for å beskrive mediens rolle i et demokrati, er det ingen tvil om at de har et samfunnsansvar når det kommer til klimaendringene. Hvis det stemmer at klimaendringer er det mest alvorlige problemet vi som verdenssamfunn står ovenfor, er det medias ansvar å informere borgerne om dette. Det er derfor naturlig å tro at media dekker klimaendringer, fordi det er viktig for samfunnet, og det er derfor nærliggende å tro at folk som konsumerer mer nyheter også er mer bevisst på klimaendringene. Dette bygger også på en idé om at hvis man er opptatt av samfunnet man lever i så søker man mer informasjon. Med dette som bakteppe har jeg formulert forskningsspørsmålet: *Er det en sammenheng mellom mengden av folks nyhetskonsument og holdninger til klimaendringer?*

3.2 Medias rolle i klimadebatten

Som nevnt ovenfor har media en viktig demokratisk funksjon som informasjonskilde. I saker som er viktig for folk har media et ansvar som formidler, og informasjon om klimaendringer er ikke et unntak. De fleste bruker media til å skaffe seg informasjon om klimaendringene, og media er med på å forme den offentlige oppfattelsen av klimaendringer (Painter, Kristiansen og Schäfer 2018, 1). Nyhetsmedia er sentral som et «tolkende organ» og skal fungere som bindeleddet mellom forskning og samfunn. Derfor er de en sentral aktør for samfunnets forståelse av klimaendringene, da de er med på å øke bevissthet rundt klimaendringene (Schmidt, Ivanova og Schäfer, 2013, 1233). Politisk respons og løsninger er et felles globalt mål. Politiske institusjoner verden over er opptatt av hvordan de skal forholde seg til endringene og minske effekten (Schmidt, Ivanova og Schäfer, 2013, 1233).

Massemedia har en betydelige rolle fordi de treffer så bredt med sitt budskap. Forskning viser også at offentligheten får mye av sin kunnskap om klimaendringer fra massemedia (Schmidt, Ivanova og Schäfer, 2013, 1233). Videre så skaper massemedia en arena hvor politikken rundt klimaendringer kan diskuteres. En arena hvor meninger blir til, og hvor alt fra politiske aktører til private og frivillige organisasjoner kan ta del i denne debatarenaen (Schmidt, Ivanova og Schäfer, 2013, 1233). I 2020 er nyhetsmedier den mest brukte kilden til informasjon om klimaendringer (Schäfer og Painter, 2020, s. 2). Og nyhetsmedia forblir en viktig arena og aktør for å produsere, reprodusere og formene meninger om klimaendringer (Schäfer og Painter, 2020, s. 2).

TV, aviser og radio har tradisjonelt sett vært viktige formidlere av diskursen rundt klimaendringer. De har hatt enorm makt når det kommer til det å bestemme hvorvidt den potensielle koblingen mellom klimaendringer og ekstreme værphenomen skal diskuteres. Historisk har dette gjort at de tradisjonelle mediene har hatt veldig stor påvirkning til hvordan offentligheten forstår klimaendringene (Roxburgh et al, 2019, 51). Tradisjonelt sett har avisene gitt mer informasjon enn tv-nyheter. Formatet til avisen gir muligheter for en grundigere gjennomgang av et tema og mer kontekstualisering av et tema. TV-nyheter er forbehold færre ord og gir derfor mindre dekning og mindre informativ rapportering av et tema (Aalberg og Curran, 2012, 5). Som TV-seer har man også mindre kontroll over tempoet på informasjonen som blir gitt. Som avis-leser kan man ta inn informasjon i sitt eget tempo, noe som gjør at det er lettere å ta det inn over seg (Aalberg og Curran, 2012, 5).

Disse aktørene har i senere tid blitt utfordret av nye aktører. Sosiale media og deres fremvekst kan ha store ettervirkninger på hvordan dekningen av klimaendringer skjer (Roxburgh et al

2019, 51). Denne fremveksten har ført til at plattformer som Facebook og Twitter har blitt formidlere av diskursen rundt klimaendringene, på lik linje med tradisjonelle medier (Roxburgh et al 2019, 51). Dette er særlig tydelig når det skjer ekstreme hendelser som kan knyttes til klimaendringer (Roxburgh et al. 2019, 51).

3.2.1 Hva er klimajournalistikk

«Klimajournalistikk» kan defineres som et segment av journalistikken som tar for seg klimaendringer med fokus på årsak og påvirkning på samfunnet, samt måter å formidle og adaptere løsninger på disse endringene (Schäfer og Painter, 2020, s. 2). Massemedia, og da i særlig grad tv og aviser og i økende grad internett, er hovedkilden til informasjon om klimaendringer. Massemedia blir oppfattet som en troverdig kilde til informasjon om klimaendringer (Schäfer 2015, 858). Nyheter om klima kan deles inn i to grupper; saker om forskning og data, og saker som politiske løsninger og verdier (Wihbey og Ward 2016, 2). For journalister, og andre mediaprodusenter, er det den vitenskapelige delen av dekningen som tradisjonelt sett har vært utfordrende. En slik dekning krever dypere forståelse om temaet enn på de fleste andre områder som dekkes i nyhetene, og dette har som oftest ikke journalister (Wihbey og Ward 2016, 2). Den delen om politikk er journalister mer rutinert på å dekke, så dette er ikke en like stor utfordring (Wihbey og Ward 2016, 2).

Klimaendringer er ikke et fast inventar i nyhetsdekningen, men sporadisk tematikk. Ofte er det mer dekning når det skjer noe som kan knyttes opp mot saken, som for eksempel når et internasjonalt klimatoppmøte finner sted (Schmidt, Ivanova og Schäfer, 2013, 1241). Det er også mer aktivisme fra sivilsamfunnet når det er toppmøter, noe som er med på å gi mer dekning i media (Schmidt, Ivanova og Schäfer, 2013, 1241). Ekstreme hendelser, som ekstremvær og ekstrem tørke, gir økt mediedekning da disse ekstreme hendelsene fungerer som visualisering av et ellers usynlig fenomen (Schäfer 2015, 856).

Etter at en ekstrem hendelse har funnet sted, er det i media et sterkt behov for å prøve å forklare hvorfor det har funnet sted. Den typiske forklaringa å forklare disse ekstreme hendelsene med menneskeskapte klimaendringer (Stott et.al 2016, 24). Mange er opptatt av de konkrete effekten av klimaendringer. Problemet er at det er svært vanskelig å gi et konkret svar på hva effekten er. Det er en rekke med små og store endringer og hendelser som fører med seg konsekvenser. Likevel har det blitt mer vanlig å snakke om klimaendringer som en konkret ting, og ikke et fagfelt med mange komponenter. Klimaendringer har blitt til et sosialt fenomen som det er vanskelig å fjerne fra sin egen opplevelse (Hulme 2014, 500). Dette har ført til at man må stole på medias dekning av fenomenet, siden ens egen opplevelse ikke kan forklare situasjonen på

en tilstrekkelig måte (Hulme 2014, 503). Eksempelvis er det veldig vanskelig å forklare enkelte ekstreme værforekomster med klimaendringer, men de får likevel mye mediedekning. Mange forstår ekstreme hendelser som et resultat av klimaendringer (Stott et al 2016, 24).

Det generelle fokuset i klimajournalistikken har endret seg. Det har blitt mindre fokus på vitenskapen og mer fokus på den sosioøkonomiske effekten klimaendringer har. Klimaendringer har blitt et politisk, økonomisk og sosialt problem (Schäfer 2015, 856). Det økte fokuset på de samfunnsmessige problemene knyttet til klimaendringer har også ført til en «nasjonalisering» av problemet, og dekningen av klimaendringer varierer veldig fra land til land, særlig i Vest-Europa (Schäfer 2015, 858). Skiftet til et nasjonalt fokus kommer til syne ved at det mest spurte spørsmålet media har til forskeren er: *Hva er resultatet/effekten av klimaendringer?* Folk er opptatt av hvordan ting påvirker en selv og ens samfunn, og media er klar over dette og vinkler sakene sine i henhold til dette (Hulme 2014, 500).

3.2.2 Vinklinger

Nyhetsmedia er med på å forme samfunnet, en av måtene de gjør dette på er ved å velge ut hvilke «frames» som skal brukes. Med «framing», eller vinkling på norsk, menes måten man kommuniserer ut en hendelse eller sak (de Vresse 2005, 51). Hvilke vinklinger som brukes kan bidra til å forme den offentlige meningen om en sak (de Vresse 2005, 51). Nyhetsmedia har fire typiske vinklinger de benytter seg av når de skal dekke klimaendringer. Disse er: katastrofe, usikkerhet, risiko og muligheter. «Katastrofevinklingen» er tilstedeværende i alle media (Painter 2014, 7-8). Denne vinklingen legger vekt på resultatet av klimaendringer - som økning av havnivå, økning av overflatetemperaturen, mangel på mat og vann, og klimaflyktninger. (Painter 2014, 31). «Usikkerhetsvinklingen» går ut på å formidle de usikkerhetene som er rundt klimaforskningen. Den legger særlig vekt på spekteret av ulike predikasjoner for temperaturøkning, økning av havnivået og muligheten for å avverge resultat av klimaendringer. Dette er også en kritikk av forskningen og dets mangler, da denne vinklingen gir skeptikere en arena å kommunisere på (Painter 2014, 31). «Mulighetsvinklingen» går ut på å vise effekten av å gjøre noe med klimaendringene, samt å vise hvilke muligheter som ligger der hvis man ikke gjør noe med klimaendringene, som for eksempel lengre sesonger for matproduksjon (Painter 2014, 31). «Risikovinklingen» går ut på bruken av ordet «risiko». Den bygger på risiko-håndtering, altså oddsen eller sannsynligheten for at noe skal skje. Denne vinklingen tar utgangspunkt i at sannsynligheten for at noe skal skje er gitt, og så jobber man ut fra dette (Painter 2014, 31).

Bildebruk og det visuelle rundt en nyhetssak er også en viktig del av hvordan saken forstås, og potensielt hvordan den påvirker lesernes holdninger til klimaendringene. Det visuelle er en sentral del av klimajournalistikken. En visuell fremstilling kan hjelpe i informasjonsutvekslingen (O'Neill og Smith 2014, 73). Visuelle fremstillinger av klimaendringer, og da i særlig grad fotografier, blir sett på som sannhet og ikke en normativ fremstilling av verden. Noe som ikke alltid er sant, siden bilder også kan manipuleres (O'Neill og Smith 2014, 74).

3.2.3 Ulike nyhetskilders dekning av klimaendringer

Katastrofevinklingen er den mest dominerende i TV-nyheter (Painter 2014, 36). TV er avhengig av bilder for å fortelle en historie, og de er bedre på å fortelle historier enn de er på å løse et problem. Katastrofevinklingen er nyttig å bruke da den i seg selv har et så sterkt narrativ. Risikovinklingen, for eksempel, er mer rotete da den har et «problem-narrativ» og ikke et «fortellende-narrativ» (Painter 2014, 43). På TV blir klimaendringene visualisert med film som viser det det snakkes om, eksempelvis når havnivået stiger så vises det film av en øy i Stillehavet som synker. Når det er snakk om forurensing, viser de røykskyer. Når de dekker ekstremvær viser de spektakulære bilder som er med på å styrke oppfattelsen av at klimaendringer er alvorlige (O'Neill og Smith 2014, 78). TV-formatet gjør det mulig å vise flere bilder i sekvens, noe som gjør det lettere å fortelle en historie som igjen er med på å forsterke inntrykket (O'Neill og Smith 2014, 78).

I pressen er katastrofevinklingen ofte å finne i overskrifter (Painter, Kristiansen og Schäfer 2018, 2). Dette fører til at det ofte blir et negativt fokus. Videre har pressen mye fokus på den vitenskapelige usikkerheten rundt klimaendringer. En vinkling som prøver å normalisere usikkerheten som er i vitenskapen, eller skepsisen rundt de ulike klimaendringene, som for eksempel endringer i havtempraurene, og hvorvidt disse er menneskeskapte eller hvor alvorlig de faktisk er (Painter, Kristiansen og Schäfer 2018, 2). I aviser blir klimaendringer illustrert med personer, ofte politikere, men også andre kjente personer som forskere, aktivister og kjendiser. Personer, og ikke klima og miljø, dominerer i aviser (O'Neill og Smith 2014, 77).

Fremveksten av internett og sosiale medier har endret måten offentligheten, og da spesielt det yngre publikummet, søker opp og konsumerer informasjon om forskning om klima og miljø. Som en følge av dette er det naturlig å se hvordan disse aktørene fremstiller innhold om klimaendringer og hvordan de passer inn i et medieøkosystemet (Painter, Kristiansen og

Schäfer 2018, 2). Det har kommet flere aktører på banen, og man ser en økning i «digital-born» nyhetsmedier. Disse nyhetsmediene er aktører og organisasjoner som startet på digitale plattformer, og ikke som en digital forlengelse av aviser og kringkastere (Painter, Kristiansen og Schäfer 2018, 1). «Digital-born» aktører har en sterk tilstedeværelse i land som Spania, Tyskland og Storbritannia (Painter, Kristiansen og Schäfer 2018, 2). Til forskjell fra tradisjonelle medier, så har de nye mediene ansatt spesialister i ulike felt som for eksempel klima. De benytter seg av et vidt spekter av format, som inkludere video og ander visuelle presentasjoner av nyheter (Painter, Kristiansen og Schäfer 2018, 2).

«Digital-born» aktører er avhengig av sosiale medier og smarttelefoner for å distribuere sitt innhold. Og, de er avhengig av algoritmer og søkemotorer for å finne ut hvilke innhold som skal publiseres og promoteres. Disse aktørene er forskjellig fra tradisjonelle medier i måten de er finansiert på, hvordan de distribuerer innhold og hvordan de er organisert. De bruker aktivt sosiale medier som Facebook, Pinterest og Snapchat for å spre sitt budskap. Og, de har et høyt redaksjonelt fokus på klimaendringer, et tema som har blitt marginalisert i tradisjonelle medier grunnet dårlig økonomi som gjør at de ikke kan ansette eksperter (Painter, Kristiansen og Schäfer 2018,1). De har også dette klima-fokuset fordi de ønsker å nå ut en yngre målgruppe, en målgruppe som er mer opptatt av klimaendringer (Painter, Kristiansen og Schäfer 2018,2). Når folk bruker internett er de på jakt etter informasjon om spesielle interesseområder, heller enn å oppsøke nyheter (Aalberg, van Aelst og Curran, 2012, 34).

Viktigheten av slike nettbaserte medier og sosiale medier øker. Nettbasert kommunikasjons og sosiale medier har virket disruptivt inn på den tradisjonelle hierarkiet i media. De har utfordret de tradisjonelle medienes organisasjonsstruktur, da disse aktørene kan nå ut til et bredt publikum med bruker-generert innhold som ikke følger de journalistiske normene. De gjør det også mulig for konsumenter å være mer selektiv når det kommer til hva de ønsker av informasjon. En konsekvens av dette er at de tradisjonelle mediene har mistet kontroll over dagsordenen. Folk finner nyheter gjennom digitale mellom-menn, og da i all hovedsak Facebook og Google. I noen land er dette blitt den mest vanlige måten å få tilgang til nyheter på (Schäfer og Painter, 2020, 3).

Det at tradisjonelle nyhetsleverandører har mistet hegemoniet som nyhetsleverandør har ført til et mangfold av stemmer. Opinionsledere, som ikke-statlige aktører, religiøse ledere og politikere, er suksessfulle når det kommer til å formulere sitt budskap vedrørende klima. Ofte er dette budskapet motstridene konsensus i forskningen (Schäfer og Painter, 2020, s, 3). De strukturelle egenskapene til sosiale nettverk som Facebook gjør at noen meninger og

holdninger oppfattes som mer utbredt enn det de egentlig er, for eksempel at klimaendringene ikke er så alvorlige (Kalsnes 2019, 117).

Sosiale medier legger også opp til større grad av selektiv eksponering. Når valgmulighetene blir mange, pleier folk å velge nyheter som kommer fra likesinnede kilder, og nyheter som sammentreffer med ens eget verdensbilde (Kalsnes 2019, 116). Mennesker har en tendens til å overse informasjon som ikke stemmer med ens egen verdensoppfattelse (Kalsnes 2019, 113). Folk velger informasjon, også når det kommer til vitenskapen, som passer deres eksisterende synspunkt (Anderson 2017, 3). Sosiale medier gir informasjon basert på tidligere informasjonsvaner til brukeren (Anderson 2017, 4).

Hvordan klimaendringer blir diskutert på sosiale medier er viktig fordi sosiale medier legger opp til en unik informasjonsflyt, der brukere får informasjon basert på informasjonsvaner (Anderson 2017, 5). Det er derfor veldig utfordrende å si noe konkret om tendensen til hvordan sosiale medier vinkler klimaendringene. Man diskuterer med likesinnede, og derfor forblir aktivister og skeptikere polarisert. Det kan hende de møtes i debatt, men det er veldig sjelden at de blir overtalt til å bytte side (Anderson 2017, 6). De som diskuterer klimaendringer på nett pleier å ha sterke meninger om saken - enten tror man på klimaendringer eller så tror man ikke på klimaendringer (Anderson 2017, 6).

Det meste av forskningen har tatt for seg Twitter, det gjør det lett å gjennomføre tekstanalyser. YouTube og Instagram, som er viktige plattformer, har i liten grad blitt forsket på (Pearce et al, 2018, 3). Dette er en svakhet fordi de ulike plattformene har ulik «plattform kultur» og der er veldig vanskelig å si noe om trenden på sosiale medier når de kommer til dette fenomenet – altså klimaendringer (Pearce et al, 2018, 3). Mer empirisk forskning på hvordan klimaendringene blir dekt i sosiale media må til (Anderson 2017, 7).

Klimaendringer er politiser, noe som også reflekteres i internettlandskapet. Høyrradikale aktører vender seg mot blogger og nettsider for å få nyheter om klimaendringer. Høyrradikale aktører forstår klimaendringer i lys av usikkerhetsvinklingen, som bygger på skepsisen til forskningene (Forchtner, Korneder og Wetzal, 2018, 590). Videre bygger disse aktørene på et argument om sunn fornuft, der deres opplevelse forklarer verden rundt de. Et eksempel på dette kan være at de argumenterer for at global oppvarming ikke kan finne sted, siden det er iskaldt ute (Forchtner, Korneder og Wetzal, 2018, 594). Høyrradikale mener at denne fornuften er ikke til stede hos folk på venstresiden, de skjønner ikke hva som foregår rundt dem. De bygger også på en idé om at venstresiden har konstruert en katastrofe, en

katastrofe det er blitt tabu å gå imot. Noe som har ført til at viktige kontrære akademiske stemmer har blitt undertrykt (Forchtner, Korneder og Wetzel, 2018, 594). De høyre-radikale medieaktørene tar på seg en rolle som «de svakes» forkjemper – de som kommer til å lide hvis man skrur på strømprisene. De tar opp kampen, der «de andre» ikke vil (Forchtner, Korneder og Wetzel, 2018, 957). Med «de andre» menes media, FN, EU og USA (Forchtner, Korneder og Wetzel, 2018, 957).

3.2.4 utfordringer

Klimajournalistikken har en rekke utfordringer. Disse utfordringene kan være med på å forklare hvordan mediebruk påvirker holdninger til klimaendringer. Journalistikken som helhet er under endring, og klimajournalistikken er ikke unntatt disse endringene (Schäfer og Painter, 2020, s.4). For det første er nyhetsmedia er i en krise hvor det blir vanskeligere og vanskeligere å nå ut til et stort publikum, noe som har en direkte negativ konsekvens for mediehusene økonomi. Den tradisjonelle forretningsmodellen til mediene, som går ut på å selge reklame og abonnemeter, er ikke lenger effektiv. Dette er spesielt tydelig i kommersielle mediasystem. Mange mediehus har redusert utgiften sine ved å kutte i personale, lønn, publiseringshyppigheten eller bytte til bare nettbasert publisering. Dette har ført til at journalister har færre ressurser, men må likevel produsere mer innhold på flere plattformer (Schäfer og Painter, 2020, s. 3).

For å engasjere publikum i et stadig økende konkurransestyrt nyhetslandskap har journalistene blitt tvunget til å bli mer kreative i måten de formidler nyhetsinnhold om klimaendringene på. De må gjøre historiene mer relevant for konsumenten (Whibey og Ward 2016, 3). Tradisjonelle mediers nedgang har ført til nye aktører på banen. Dette har igjen ført til en mer fragmentert konsumergruppe. Dette har igjen ført til at forholdet mellom media og forskningen har svekket seg (Whibey og Ward 2016, 8). Så, selv om dekningen av klimaendringer når en bølgetopp hver gang et klimatoppmøte finner sted, har deres evne til å nå et bredt publikum blitt redusert. Dette vil si at selv om tradisjonelle media går i retning av av det vitenskapelige konsensusen, er det ikke alle som får det med seg (Whibey og Ward 2016, 9).

Klimajournalistikken har også mange utfordringer som fagfelt. For det første så er klimaendringene et veldig komplekst fenomen, og passer ikke nyhetsformatet. Det er opp til journalisten selv å velge hva vedkommende skal legge fokus på å tydeliggjør nyhetsverdien i saken (Schäfer 2015, 856). Derfor kan de av og til nedtone eller utelate usikkerheten knyttet til informasjon fra forskning som blir tilrettelagt for å skape nyhetsverdien som er «tvetydig». Eller

så overdriver de de negative effekten av klimaendringene for å passe den negative nyhetsverdien (Schäfer 2015, 856). Ofte blir aviser kritisert for å sensasjonalisere klimaendringene (Schäfer 2015, 856). Utviklingen til journalistikken som institusjon har vært at de har gått fra å være en vaktbikkje som skal holde maktinnehaverne ansvarlig, til å bli en aktør som velger ut tema. De har gått fra vaktbikkje til skaper av innhold. De velger ut hvilket innhold som skal ut til folket (Schäfer og Painter, 2020, s. 9).

En viktig norm i journalistikken er at nyheter skal være basert på fakta, være nøytral og balansert. Denne normen er en utfordring når det kommer til klimajournalistikk, da den har ført til en overrepresentasjon av klimaskeptikere (Schäfer og Painter, 2020, s.11). Den journalistiske normen om objektivitet har også vist seg å være kontraproduktiv når det kommer til informasjon om klimaendringer. Det er et vitenskapelig konsensus på at klimaendringer er menneskeskapt, de få som ikke mener at dette stemmer får uproporsjonalt mye plass i media fordi media ønsker å fremme en objektivitet. Alle grupper, uansett hvor små, har en plass i diskursen (Schäfer 2015, 856).

I tillegg til dette så er klima et tema mange bryr seg om. Alt fra politikere, organisasjoner, NGO's, kjendiser og influensere har noe å si i saken. Dette har ført til et ekstremt støynivå rundt tematikken og det er vanskelig å navigere nyhetsmedia etter informasjon (Schäfer og Painter, 2020, s. 11). De som uttaler seg har ofte et motiv for å gjøre det. I en studie av 19 lands klimajournalistikk kom det frem at over 50% av de som uttalte seg i saken var politikere, 28% var andre offentlige aktører, som NGO'er og bare 14% av de som uttalte seg var forskere (Schäfer og Painter, 2020, s. 12). Den samme studien viser også til at grasrot-aktivister og enkeltindivider får svært lite mediedekninga og sliter med å ha en prominent rolle i debatten (Schäfer og Painter, 2020, s. 12).

3.2.5 Forskningsspørsmål

Ulike nyhetsleverandører leverer ulikt innhold. Måten de er strukturert på, hvordan de vinkler sakene og hvem som bruker de er ganske ulikt. Utfordringene det nye medielandskapet byr på, blir møtt med ulike løsninger fra de ulike aktørene. Derfor er det nærliggende å tro at hvordan man bruker media også kan påvirke hvilke holdninger man har til klimaendringene. Dette har ført til forskningsspørsmålet: *Er det en sammenheng mellom folks hovedkilde til nyheter og holdninger til klima?*

Kapittel 4: Mediasystem

Mengden nyhetsdekning av en sak, og måten media dekker en sak på skyldes interne faktorer som journalistisk kultur, plass i pressen, størrelsen og ressursene til en medieorganisasjon, redaksjonelle prioriteringer, prioriteringene til eieren, eksterne faktorer, sosiale faktorer og offentlighetens interesse i saken (Kundzewicz, Painter og Kundzewicz 2019, 367). For å kunne si noe om hvordan de strukturelle og institusjonelle forutsetningene til mediene er i ulike land må en ha et rammeverk som bygger på de samme prinsippene og dimensjonene. Dette er også viktig for kunne gjøre en god komparativ analyse.

I 2004 kom boken *Comparing Media Systems, Three Models of Media and Politics*. Boken er skrevet av Daniel C. Hallin og Paolo Mancini og er blitt en hjørnestein i komparativ forskning innenfor mediefaget. Motivasjonen til å skrive boken var å se om det finnes noen systematiske sammenhenger mellom politiske- og mediestrukturer (Hallin og Mancini, 2004, xiii). De var særlig opptatt av å finne og lage modeller av journalistikk og mediepolitikk, et mål som har ligget i kommunikasjonsfeltet siden *Four Theories of the Press* (Hallin og Mancini, 2004, xiii). De legger særlig vekt på forholdet mellom mediasystem og politiske system, med hovedfokus på analysen av journalistikk og nyhetsmedia, og i mindre grad mediapolitikk og lover (Hallin og Mancini, 2004, 1).

Videre argumenterer de for at for å forstå nyhetsmedia og dets rolle må man også forstå staten, det politiske system, mønsteret mellom økonomi og politiske interesser og utviklingen av sivilsamfunnet, samt andre sosiale strukturer (Hallin og Mancini, 2004, 8). Media har også fått en større og større plass i samfunnet, og begynner i større grad å påvirke de andre statsmaktene (Hallin og Mancini, 2004, 8).

I boken presenterer de tre modeller, eller tre mediesystemer. Disse er konstruert på bakgrunn av fire dimensjoner. Den første dimensjonene er utviklingen av mediemarked, med særlig fokus på svak/sterk utvikling av massesirkulasjon av pressen. Andre dimensjonen går ut på politisk parallellisme, altså forholdet mellom media og politiske partier. Den tredje dimensjonene er utviklingene av politisk profesjonalisme. Og den fjerde dimensjonen går ut på statens involvering i media (Hallin og Mancini, 2004, 21).

4.1. Massesirkulering av pressen

En av de tidligste forskjellene som krystalliserte seg mellom mediesystem er utviklingen av massesirkulering av pressen. I noen land startet pressen sin distribusjon sent på 1800-tallet, mens i andre land kom de aldri helt i gang. Dette reflekteres i dagens samfunn (Hallin og

Mancini, 2004, 22). Kjønnforskjellene er et viktig element i massesirkleringen av pressen. I Sør-Europa er det stor forskjell mellom kjønnene, mens i Skandinavia er det så å si ikke noen forskjell. Dette forklares med at i Sør-Europa var avislesing nært knyttet til den politiske sfærene, en sfære kvinner ikke var invitert inn i. Avislesing har aldri fått fotfeste i den kvinnelige befolkningen (Hallin og Mancini, 2004, 23). En viktig faktor i de ulike utviklingsløpene til pressen er hvordan pressen ble brukt. I land hvor det er lite sirkulering av presse benytter de seg heller av elektroniske medier som en kilde til politikk (Hallin og Mancini, 2004, 24).

Et annet skille er forskjellen mellom sensasjonspregede aviser og kvalitets-aviser rettet mot eliten, og markedet hvor man ikke finner disse skillene enten fordi de mangler massesirkulasjon eller at avisene leverer begge typene innhold (Hallin og Mancini, 2004, 25). Markedet er også et viktig skille. I noen land er det nasjonale aviser som preger markedet, mens i andre er lokalaviser likeså viktig, om ikke viktigere (Hallin og Mancini, 2004, 25).

4.2 Politisk parallellisme

Da pressen begynte å vokse frem på 1800-tallet var politisk beslutningspåvirkning en viktig del av deres virke. Den politiske journalisten så det som han eller hennes jobb å påvirke i en eller annen politisk retning. På sent 1800-tallet begynte et nøytralitets-ideal å prege pressen. De skulle ikke lengre mene noe om politikk, men heller gi en objektiv forklaring på tingens tilstand (Hallin og Mancini, 2004, 26). Pressen ble ikke lengre finansiert av politiske partier, men av reklameinntekter. Noe som førte til utviklingen av den kommersielle pressen som har som formål å rapportere på politikk på en selvstendig, uavhengig måte (Hallin og Mancini, 2004, 26)

I dag er det ingen som mener at journalistikk er 100% nøytral. Selv i landene hvor det etterstrebes etter et objektivitetsideal, blir journalistikken påvirket. Det er mange grunner til dette. Alt fra ansettelsesprosesser til hvordan de innhenter informasjon (Hallin og Mancini, 2004, 26). Det er heller ikke hensiktsmessig å lage et dikotomt skille mellom kommersiell presse og ikke-kommersiell presse. Selv aktører som er finansiert av partier kan ta en mer nøytral rolle og de aktørene som er finansiert av reklame kan ta en partisan rolle (Hallin og Mancini, 2004, 27).

Politisk parallellisme består av en rekke ulike trekk. Det mest grunnleggende trekket refererer til media innhold – i hvor stor grad et media reflekterer en viss politisk orientering. Et annet viktig trekk er den historiske organisatoriske relasjonen media har til et parti eller andre

politiske aktører som har underorganisasjoner, korporative samarbeidspartnere eller lignende. Disse relasjonene har dødd ut, men Hallin og Mancini mener at de fortsatt kan se deres påvirkning den dag i dag (2004, 28). Et annet trekk som er sentralt i politisk parallellisme er hvorvidt mediefolk er politiske aktører selv eller at deres journalistiske karriere formes av politisk tilknytning (Hallin og Mancini, 2004, 28).

4.3 Profesjonalisering

Profesjonalisering, eller profesjonalisme, i journaliseringen baserer seg på relasjonene man har til journaliseringen og dens rolle i samfunnet (Hallin og Mancini, 2004, 34). Dette kan defineres over tre dimensjoner. Den første dimensjonen er autonomi. Journalister har nesten ikke noen kontroll over medieorganisasjoner, men de har klart å oppnå relativt stor autonomi innad i organisasjonen. Graden av journalistisk autonomi varierer fra mediesystem til mediesystem, men også innad et systemene (Hallin og Mancini, 2004, 35). Den andre dimensjonen er klare profesjonelle normer i journaliseringen. Dette dreier seg om normer, etiske prinsipper som eksempelvis å beskytte informanter og å tydeliggjøre skiller mellom annonsørinnhold og nyhetssaker, samt å opprettholde en standard av hva som kan defineres som en nyhet (Hallin og Mancini, 2004, 35).

Den tredje og siste dimensjonen er offentlig tjeneste orientering/samfunnsoppdraget. Dette bygger på journaliseringen altruistiske mål om å holde andre samfunnsaktører ansvarlig. En av de viktigste utviklingene i journaliseringen for å få til dette er journaliseringen selvregulerende organer. I noen systemer er dette formalisert og i andre systemer er det mer uformelt (Hallin og Mancini, 2004, 36-37).

4.4 Statens rolle

Staten spiller en viktig rolle når det kommer til å forme mediasystemet og det er mange ulike måter stater gjør dette på (Hallin og Mancini, 2004, 41). Den viktigste formen for statlig innblanding er allmenn rikskringkasting. I mange tilfeller har dette vært den eneste formen for kringkasting. I dag ser vi et skifte mot mer kommersiell kringkasting, men allmennkringkasting er fortsatt en sentral aktør i mange land (Hallin og Mancini, 2004, 43). Allmennkringkastingen har historisk vært den viktigste formen for statlig eierskap av media. Men, i mange land har staten også hatt eierskap i nyhetsleverandører, aviser og andre mediarelaterte aktører. Pressestøtte har også vært en sentral del av mange land sin presse, samt også subsidier til filmproduksjon (Hallin og Mancini, 2004, 43). Staten har også mye makt over pressen i form av lover om ytringsfrihet, regulering av konkurransevirkosomhet og mangfold i eierskap og lisensdelegeringer (Hallin og Mancini, 2004, 43-44).

4.5 Fem modeller

Hallin og Mancini beskriver tre modeller i sin bok. Jeg har valgt å legge til to modeller til i denne studien. Dette fordi jeg mener det vil gi en mer nyansert analyse og vil kunne gi en styrket mulighet for å teste om mediesystemene er en tilstrekkelig forklaring for mediernes rolle når det kommer til holdninger til klimaendringer. I tillegg til Hallin og Mancinis polariserte pluralist modell, liberale modell og demokratiske korporative modell, har jeg lagt til en skandinavisk modell og en øst-europeisk modell. Hallin og Mancini har plassert de Skandinaviske landene under den demokratisk korporative modellen. Syvertsen med fler (2014) argumenterer med at mediene i de skandinaviske landene har utviklet en distinkt organisering av mediene (Syvertsen et al, 2014, 2). Med dette til grunn vil denne studien behandle de skandinaviske landene som en egen modell. Herreo med fler (2017) viser til at det kan argumenteres for at de post-kommunistiske landene i Øst-Europa også kan sees på som en egen modell (Herrero et al. 2017, 4800). Derfor vil også denne modellen bli tatt med i denne studien.

4.5.1 Polarisert pluralist

Den polariserte pluralistiske modellen, også kalt middelhavsmodellen, preges av et tydelig forhold mellom media og politiske aktører (Hallin og Mancini, 2004, 89). Regionen utviklet demokrati relativt sent i forhold til andre europeiske land i vesten. Media har spilt en intim rolle i politiske konflikter i regionens historie, og der er en sterk tradisjon med at media er et utløp for en ideologier og politisk mobilisering. Det nære båndet mellom politiske aktører og media førte til at utviklingen av den kommersielle pressen aldri tok helt av. Pressen er avhengig av støtte fra staten, politiske parti og kirken (Hallin og Mancini, 2004, 90).

I overgangen til demokrati spilte avisene en viktig rolle. De fungerte som en informasjonsarena i kampen mellom modernitet og tradisjon. I Spania og Italia utviklet det seg en energisk opinionspresse på 1800-tallet. Pressen spilte en nøkkelrolle i etableringen av den liberale staten. I begge land har viktige politiske ledere også vært journalister (Hallin og Mancini, 2004, 93).

Andre aspekter med samfunnsutviklingen, som er sentrale for utviklingen av pressen, er blant annet den lave andelen av befolkningen som kunne å lese. I 1887 var over 70% av den spanske befolkningen analfabeter. I 1940 var over en tredjedel av befolkningen analfabeter. Italia var litt under 60% av befolkningen i 1860 analfabeter. Italia hadde også et stort språklig mangfold, og bare 2-3% av befolkningen forsto Toscana-dialekten som var den som ble brukt i pressen. Det var ikke før TV kom til Italia at de fikk en felles forståelse av det italienske språk (Hallin og Mancini, 2004, 93). Aviser med sterke relasjoner til kirkene er også vanlig i middelhavsregionene (Hallin og Mancini, 2004, 95).

Regionene har sett en økning i kommersiell presse, men det er fortsatt store forskjeller mellom leseren. Den største forskjellen er kjønnsforskjellen, hvor menn leser mer enn kvinner. Den viktigste formen for massemedium i middelhavsområdet er digitale medium (Hallin og Mancini, 2004, 97). Innholdet er fortsatt vinklet til en politisk overklasse (Hallin og Mancini, 95-96).

Politisk parallellisme

Middelhavslandene har er sterk politisert og mediene har høy grad av politisk parallellisme. Journalismen heller mer mot substansielle kommentarer. Aviser har tydelige politiske ståsted og dette reflekteres i deres lesere. I noen situasjoner mobiliserer avisene sine lesere i politiske saker (Hallin og Mancini, 2004, 98). Allmennkringkastingen har tendenser til å ha partipolitiske holdninger, og ofte er det politikere på eiersiden av mediehusene. Det er heller ikke uvanlig at politikere blir journalister og motsatt (Hallin og Mancini, 2004, 98). På 90-tallet prøvde flere store aviser i Italia å endre strukturene sine til å bli mer sensasjonelle og tabloide. Dette førte til mindre salg og de så seg nødt til å gå tilbake til det politiskavhengige innholdet (Hallin og Mancini, 2004, 101-102). Leserne av de italienske avisene velger aviser etter partitilhørighet. De italienske avisene tar også en tydelig rolle i politikken og mobiliserer ofte sine lesere til å støtte politiske saker (Hallin og Mancini, 2004, 102-102). Kommersielle aviser informerer også om hvordan man kan delta i offentligheten ved å eksempelvis dele informasjon om politiske demonstrasjoner (Hallin og Mancini, 2004, 103).

Overgangen til et demokrati skjedde gradvis i Spania, og det var en elitestyrte overgang. I mangel på andre demokratiske institusjoner fungerte media som en mellomledd for informasjon for strategien for politisk endring fra reformisten Suares sin regjering, og som en kilde til demokratiske krav fra politiske partier og handelsorganisasjoner (Hallin og Mancini, 2004, 103). I overgangsperioden mellom diktatur og demokrati var journalismenes rolle å promotere demokratiske verdier og å være en kritisk røst til Francoismen (Hallin og Mancini, 2004, 104). Selv om den politiske parallellismen har avtatt i store deler av Europa, har den økt i Spania. Noe som har ført til at media er i en av to leire. Her er de ganske lik Italia, hvor politisk parallellisme også har hatt en økning de siste årene (Hallin og Mancini, 2004, 103). Både partipolitisk tilhørighet i media økte ble valgene i Spania mer og mer kompetitive på 90-tallet. Det ble en tydelig opposisjonell leir og en leir som støttet regjeringen (Hallin og Mancini, 2004, 104-105).

Profesjonalisme

I middelhavslandene har journalismen blitt sett på som en forlengelse av politikken. Dette har endret seg med kommersialiseringen av pressen. Selv om mange medieaktører ikke lenger er formelt en del av partier, har deres lange felles historie fortsatt en innflytelse på innholdet de skriver og publiserer i dag (Hallin og Mancini, 2004, 110). Den journalistiske profesjonalismen har ikke utviklet seg like sterkt i denne regionene grunnet de sterke tilknytningene til staten og politiske aktører (Hallin og Mancini, 2004, 110). Profesjonelle organisasjoner og journalistiske fagforeninger er svake sammenlignet med de i den demokratiske korporative modellen (Hallin og Mancini, 2004, 111). Det finnes ingen form for faglige utvalg som skal regulere pressens innhold eller noen form for fagfellesutvalg som kan regulere. Mangelen på slike organ har ført til at det ikke er noe konsensus på god presseetikk i disse landene (Hallin og Mancini, 2001, 112). Her brukes media av ulike aktører for å fronte en politisk sak (Hallin og Mancini, 2004, 113).

Statens rolle

Statens rolle er betydelig i media i denne modellen. Den er kompleks og reflekteres av en kombinasjon av autoritære tradisjoner av intervensjoner og demokratiske prosesser mot en velferdsstat. Statens effektivitet når det kommer til deres inngrep er ofte hindret fra å være for store grunnet mangel på politisk konsensus samt en form for forhold som er bygd på klientelisme mellom politisk aktør og media (Hallin og Mancini, 2004, 119).

Italia og Frankrike har de høyeste nivåene av subsidier til pressen i Europa. Direkte subsidier har gått til økonomisk marginaliserte aviser – for å sikre det politiske mangfoldet i meninger. I en periode på 1980-tallet fikk alle italienske aviser direkte støtte fra staten (Hallin og Mancini, 2004, 212). I Spania er det vanlig med statlig reklamen (Hallin og Mancini, 2004, 121). Som EU-medlem har man krav på tilsvarsrett i media, og dette er noe disse landene følger. Det er også forbud mot betalt politisk reklame i media under valg i Spania og Italia (Hallin og Mancini, 2004, 122). Det er heller ikke noen form for regulering på eierskap siden medieaktører og politiske aktører er så nært knyttet sammen (Hallin og Mancini, 2004, 122).

4.5.2 Den liberale modellen

Denne modellen, også kalt den angloamerikanske modellen, og er den modellen som er blitt analysert mest i medievitenskapen (Hallin og Mancini, 2004, 198). John Stuart Mill skrev at pengedreven business og religiøs puritanisme påvirket utviklingen til det parlamentariske demokratiet og en åpen offentlig sfære (Hallin og Mancini, 2004, 199). Protestantismen spilte

en viktig rolle i å utvikle leseferdighetene til befolkningen. Den engelske revolusjonen var den første revolusjonen som utviklet pressen til å bli den fjerde statsmakt og bli en seriøs politisk aktør (Hallin og Mancini, 2004, 199).

Det første nyhetsbrevet begynte å sirkulere i England på 1620-tallet blant den økende andelen av handelsmenn. Publiseringene av innenriksnyheter var forbudt og under den britiske borgerkrigen sirkulerte det ulovlige pamfletter som ble brukt til å jobbe mot krigspropagandaen. Dette førte til en eksponentiell økning i ikke-religiøs litteratur (Hallin og Mancini, 2004, 199-200). Når større deler av samfunnet kunne å lese utgjorde dette en trussel mot de som styrte. De prøvde å minimere denne trusselen ved å skattlegge distributørene av aviser, pamfletter, nyhetsvert o.l. Dette var relativt mislykket da det bare førte til en oppblomstring av en radikal presse og en enorm økning i distribusjonene av politisk litteratur (Hallin og Mancini, 2004, 200-201). Rundt 1850-tallet hadde Storbritannia en massesirkulering av en kommersiell presse (Hallin og Mancini, 2004, 201). Det britiske mediesystemet har i stor grad påvirket mediesystemene til koloniene deres. Og kanskje i størst grad Irland, hvor så å si all presse kom fra London helt frem til frigjøringen (Hallin og Mancini, 2004, 201).

Tross den historisk tidlige utviklingen av pressen er distribusjonen av pressen ikke like høy som i de demokratiske korporative landene. England skiller seg ut med relativt høy distribusjon innad i modellen (Hallin og Mancini, 2004, 202). Kommersialiseringen utvidet distribusjonen av aviser og transformerte avisene fra små-skala enheter til en meget profitabel business (Hallin og Mancini, 2004, 203). Som en følge av dette ble avisene selvstendige, økonomiske aktører, og var ikke lengre avhengig et godt forhold til maktinnehaverne (Hallin og Mancini, 2004, 203). Dette betyr ikke at pressen kuttet all form for politisk tilhørighet, men at pressen, redaktør og eier ble politiske aktører på lik linje med politikerne (Hallin og Mancini, 2004, 203).

Landene i denne modellen har ikke et like stort spenn i hvilke typer aviser de har. De har aldri hatt en partipresse, med unntak av Irland som har hatt en avis knyttet til selvstendighets partiet Sinn Fein (Hallin og Mancini, 2004, 205). Storbritannia har hatt en relativ sterk arbeiderpresse, men denne ble oppløst da det ble vanskelig å selge reklameplasser fordi annonsørene mislikte deres politiske ståsted (Hallin og Mancini, 2004, 209).

Selv om landene i den liberale modellen utviklet massesirkulasjon tidlig, er pressens utforming noe ulik. I Storbritannia er det et tydelig skille mellom kvalitetsaviser og tabloider. Kvalitetsaviser appellerer mest til øvre middelklasse og overklassen mens tabloidene appellerer til middelklassen og arbeiderklassen (Hallin og Mancini, 2004, 206).

Politisk parallellisme

Den kommersielle pressen kom senere til Irland fordi Irland var et fattig land, samt at de var under britisk overherredømme i begynnelsen på 1900-tallet for så å ha en borgerkrig. Partisystemet ble konsolidert på 20/30 tallet, i et klima hvor det var så å si umulig å ikke velge en politisk side (Hallin og Mancini, 2004, 209). Politiske aviser var en særdeles viktig aktør i dannelsen av den Irske Republikk og det irske demokrati. En rolle pressen hadde hatt noen 100 år før iblant annet Storbritannia (Hallin og Mancini, 2004, 209). Selv om aviser er nøytrale betyr det ikke at de ikke har en politisk orientering. Disse avisene har en sentrumstilnærming der de bevisst prøver å nå ut til flest mulig (Hallin og Mancini, 2004, 210). Britisk presse har en mer tydelig politisk tilnærming, og det distribueres aviser langs hele det poliske spekteret. Særlig blant den tabloide pressen er politiske orienteringer synlige ved at polariserende overskrifter oftere selger bedre (Hallin og Mancini, 2004, 212). Kringkastingen er ganske nøytral i alle landene (Hallin og Mancini, 2004, 216).

Profesjonalisme

Den journalistiske profesjonalismen er sterkt utviklet i de liberale landene, med en bransjestandard som er forankret i en ideologi om et samfunnsoppdrag (Hallin og Mancini, 2004, 217). Likevel er det en del motsetninger i den journalistiske naturen som har påvirket den journalistiske profesjonalismen til å utvikle seg i de liberale systemene (Hallin og Mancini, 2004, 217). Siden den britiske pressen er ganske nært assosiert med partier er profesjonalismen mindre konsekvent. Pressen er profesjonalisert i den grad at de utviklet seg som en motpol til politikere, og definerer derfor selv sine egne verdier (Hallin og Mancini, 2004, 222). På 1980-tallet ble journalismen formalisert og det ble mer vanlig at journalister tok utdanning (Hallin og Mancini, 2004, 222) Britiske journalister er ikke så opptatt av prosessen rundt innhenting av informasjon (Hallin og Mancini, 2004, 222). Dette skyldes den kompetitive naturen til den britiske pressen, og som et resultat av dette kan man si at den britiske pressen ikke tar sitt samfunnsoppdrag like alvorlig (Hallin og Mancini, 2004, 222).

Når det kommer til journalistisk autonomi i den liberale modellen, er det ulike trender. Allmennkringkastingen i Storbritannia er mer autonome enn de kommersielle kanalene i Canada og USA. Men, journalistene i avisene er mindre autonome i Storbritannia. Flere journalister rapporterte at de har blitt bedt om å endre en sak for å gi den en politisk vinkling (Hallin og Mancini, 2004, 223).

Formelle organisasjoner er ikke særlig sterke i dette mediasystemet. Profesjonell selvregulering er mest uformell, og skjer innenfor noen nyhetsorganisasjoner (Hallin og Mancini, 2004, 223).

I Storbritannia har de en fagforeninger som representerer journalistene, denne ble skadeskutt under Thatcher, men har kommet seg i noen grad etter dette. Denne organisasjonen, NJU, har også en irsk gren (Hallin og Mancini, 2004, 224).

Selvregulering av pressen i liberale land er organisert på en uformell måte. Dets utvikling startet sent på 1800-tallet. Det karakteriseres av en «checks and balances» mentalitet, med sterkt fokus på en hierarkisk redaksjon (Hallin og Mancini, 2004, 225)

Statens rolle

De liberale landene defineres av at statens rolle i samfunnet er relativt liten, og rollen til det private markedet er ganske stor. Markedsinstitusjoner og den liberale ideologien utviklet seg sterkt, og manifesterte seg i mediebransjen. Ideen om fri presse ble forankret i sivilsamfunnet (Hallin og Mancini, 2004,228). Statlige subsidier har vært lav i alle landene, og den kommersielle kringkastingen har i alle landene en betydelig markedsandel (Hallin og Mancini, 2004, 228). I Storbritannia modifiserte den liberale teorien arven etter konservativ statlig styring og via en sterk arbeiderbevegelse som dyttet UK mot et mer liberalt samfunn (Hallin og Mancini, 2004, 230). Storbritannia har ikke noen grunnlov som de kan forankre pressefrihet og ytringsfrihet i. Pressen er ganske fri med lite statlig regulering og lite subsidier (Hallin og Mancini, 2004, 230).

Når det kommer til kringkastingen, er staten mer involvert i Storbritannia. BBC ble basert på en ideologi som tok avstand fra både markedskreftene og politikken som favoriserte effektivitet og ble kontrollert av eksperter (Hallin og Mancini, 2004, 231). BBC og den kommersielle aktøren, ITV, konkurrerte om publikum, men ikke om inntekter. (Hallin og Mancini, 2004, 231). Frem til 1990-tallet hadde Storbritannia The Independent Broadcasting Authority (IBA) som sikret at alle som drev med kringkasting, kommersielle eller lisensfinansiert, skulle drive en form for Allemkringaksting. Derfor har det blitt vanlig å anse både BBC og ITV som PBC (Hallin og Mancini, 2004, 231). Fra 1990 kom det nye Independent Television Commission (ITC). De har ikke lenger ansvar for lisenser og var ikke ansvarlig for å godkjenne programmer og reklamer, men de har fortsatt litt påvirkningskraft (Hallin og Mancini, 2004, 231). Irland, som tidligere britisk koloni, har adopterte mye av det system postkolonialisme. Offentlig kringkasting har vært ledene i Irland, men kommersialiseringen av tv kom først i 1998 (Hallin og Mancini, 2004, 232). Irland har også mye britisk nyhetsinnhold (Hallin og Mancini, 2004, 233).

4.5.3 Den demokratiske korporativ modellen

Denne modellen oppsto i Skandinavia og i deler av Sentral-Europa, nærmere bestemt Tyskland, Østerrike og Sveits (Hallin og Mancini, 2004, 143). Denne modellen har historisk vært preget av sterk politisk parallellisme og tidlig utvikling av massesirkulasjon av pressen (Hallin og Mancini, 2004, 144). Den sterke parallellismen har avtatt over tid, men pressen står fortsatt sterkt (Hallin og Mancini, 2004, 144). Den sterke utviklingen til pressen i denne regionen kan knyttes til svekkelsen av gammeldagse regimer og det nye fokuset på liberalisme (Hallin og Mancini, 2004, 146).

I Skandinavia utviklet ikke industrialismen seg før sent på 1800-tallet, men den føydale normen var ikke så sterk som i resten av Europa og den økende middelklassen, i allianse med selvstendige bønder, steg til makten (Hallin og Mancini, 2004, 146). Dette spilte en sentral rolle i utviklingen av pressen. *Aftonbladet*, den første moderne avisen i Sverige, ble laget fordi gruvearbeidere, handelsmenn og intellektuelle trengte en plattform for å kommunisere på. Avisen hadde reklame og informasjon om politikk og handel som var svært nyttig i utviklingen av et markedssamfunn, samtidig som de fremmet et ønske om liberale verdier og økonomisk reform (Hallin og Mancini, 2004, 146). Sverige var det første landet i verden som etablerte prinsipper om trykkefrihet og pressefrihet, dette skjedde allerede i 1766. Med noen periodevise tilbakefall, har Sverige hatt en historisk utvikling som ønsker og legger til rette for at borgerne kan delta i den offentlige samtalen (Hallin og Mancini, 2004, 147). De andre landene var også ganske tidlig ute, Norge i 1814, Østerrike i 1867 og Tyskland 1874. Disse tidlige milepælene i lovverket akselererte antallet aviser som kom på markedet (Hallin og Mancini, 2004, 147).

I Tyskland kom de første formene av aviser så tidlig som 1610. Den første dagsavisen kom i 1650, og kan sees på som en prototype til den moderne dagsavisen (Hallin og Mancini, 2004, 148). Denne tidlige utviklingen førte til en eksplosjon av aviser på 1800-tallet og denne massesirkulasjonen førte til at disse landene i denne modellen er ledende på avislesing i dag (Hallin og Mancini, 2004, 148). En viktig faktor for at dette skjedde her, var en tidlig økning i leseferdigheter. Denne økningen er nært knyttet opp til protestantismen, en retning innenfor kristendommen som legger vekt på individets eget forhold til Gud, og må derfor lese bibelen selv for å kunne vurdere og tolke guds ord (Hallin og Mancini, 2004, 148). På slutten av 1800-tallet kunne ca. 90% av befolkningen i de demokratisk korporative landene lese (Hallin og Mancini, 2004, 149).

Profesjonalisme

Mediene i dette systemet har historisk hatt en sterk assosiasjon med organiserte politiske krefter. Typisk førte dette til at profesjonalismen til journaliseringen ikke fikk utvikle seg. Dette er ikke tilfellet for de demokratisk korporative landene (Hallin og Mancini, 2004, 170). Den tidlige utviklingen av massesirkulasjon av pressen gjorde at de ble økonomisk sterke, noe som igjen førte til at de kunne gi journalistene sine god lønn og som en konsekvens gjorde at de ikke trengte å finne penger fra andre steder (Hallin og Mancini, 2004, 170). I Tyskland fikk man fagforening for journalister i 1895, og den eldste presseklubben i verden ble dannet i 1859 i Østerrike (Hallin og Mancini, 2004, 171-172). Disse organisasjonene etablerte viktige regler for hvordan man skulle dekke ulike saker. Viktigst av alt etablerte de rammeverk for hvordan det skulle drives med rapportering av politikk og parlamentet. Videre så hadde disse organisasjonene mandat til å gi straff til de journalistene som ikke fulgte reglene (Hallin og Mancini, 2004, 172).

Denne formen for selvregulering er et karaktertrekk ved den korporative demokratiske mediemodellen. De skandinaviske, og i særlig grad den svenske presseforeningen, er veldig sterke. De kan bøtelegge aviser samt tvinge de til å publisere avgjørelsen. Dette utvalget ledes av dommere og representanter fra pressen. Den har en høy grad av tillit i den svenske befolkningen. Det samme kan sies om Norge. I Tyskland og i Østerrike har disse utvalgene lavere grad av legitimitet og støtte i befolkningen, og i Østerrike er beslutningen som tas i utvalget ofte ignorert (Hallin og Mancini, 2004, 172-173).

Den journalistiske autonomien er også relativ høy i de demokratisk korporative landene. I en studie mellom Tyskland, UK, USA og Italia kom det frem at tyske journalister er mer tilbøyelige til å rapportere at press fra redaktører og leder fører til begrensinger i deres arbeid. De fleste nyheter som publiseres i disse landene er ikke endret av redaktør (Hallin og Mancini, 2004, 174). Det tyske mediesystemet er ikke så hierarkisk, og tyske journalister jobber gjerne individuelt med et minimum av overvåkning. Dette forklares med Tysklands autoritære historie, og autonomien og sikkerheten til journalister ble verdsatt som en motvekt til det autoritære regimet (Hallin og Mancini, 2004, 174). Etter krigen ble det også lagt stor vekt på intern pressefrihet. Journalistene står fritt til å skrive det de vil innad i en medieinstitusjon (Hallin og Mancini, 2004, 175).

En journalist er profesjonell når vedkommende følger reglene og normene som er bestemt av profesjonen som en helhet, og når autonomien til en journalist ikke påvirkes av politiske innblanding. På samme tid kan vedkommende vedlikeholde sin politiske identitet og

ideologiske identitet, både som individ, men også som en del av en større nyhetsorganisasjon, som på mange måter ønsker å delta i den politiske verden (Hallin og Mancini, 2004, 177-178).

Politisk parallellisme

Sammen med handel var den tidlige veksten i disse landene knyttet om til den religiøse debatten som kom etter den protestantiske reformen og de politiske konfliktene som kom av opprettelsen av nasjonalstaten. Dualiteten til avisene her er tydelige, på den ene siden fungerte de som en institusjon for markedet og politiske konflikter, på den andre siden som en kilde til informasjon som formet opinionene (Hallin og Mancini, 2004, 150). En av de viktigste karaktertrekkene til den demokratiske korporative modellen er et sterkt skille mellom politiske og kulturelle «subcommunities». Et mønster som ofte refereres til som segmentert pluralisme. Media institusjoner, i likhet med politiske partier, har en tendens til å være forankret i små miljøer, noe som gjorde media sterkere. Dette førte til at pressens pluralistiske ideologi ble bevart (Hallin og Mancini, 2004, 151). Et av hovedtrekkene til segmentert pluralisme er at «subcommunity» har sine egne kanaler for kommunikasjon. Denne funksjonen av pressen har tydelig bidratt til en høy grad av massesirkulasjon og til den sentrale rolle pressen har i samfunnet (Hallin og Mancini, 2004, 152). Dybden av røttene som religiøse, etniske og ideologiske grupper går i, intensifiserer gnisningene mellom dem og er med på å styrke institusjonene de er bygd på. Dette førte til at det å lese aviser ble veldig viktig for de som ønsket å være en del av disse gruppene (Hallin og Mancini, 2004, 153).

Graden av segmentert pluralisme varierer innenfor de demokratiske korporative landene, men i alle landene har organiserte grupperinger spilt en sentral rolle i struktureringen av det sosiale, politiske og kulturelle rommet innenfor samfunnet (Hallin og Mancini, 2004, 153). Pressen ble utviklet som et instrument for å identifisere og organisere ulike samfunnsgrupper og som en arena å bringe diskusjonene mellom dem sammen (Hallin og Mancini, 2004, 153). I de skandinaviske landene, hvor religion har vært historisk mindre viktig, har politisk tilhørighet vært mer forankret i sosial klasse, og avisen var mer knyttet opp til politiske partier og fagforeninger (Hallin og Mancini, 2004, 153). Det var så å si umulig for et parti å eksistere uten støtte fra en avis. Den liberale avisen *Aftonbaldet* var først, men kort tid etter kom det konservative aviser, sosialdemokratiske aviser og bondeaviser. Så langt frem til 1970-tallet var det fortsatt vanlig at aviser i Skandinavia hadde en politisk tilhørighet (Hallin og Mancini, 2004, 154). Østby skriver at selv om koblingen mellom aviser og partier i Norge mistet sin viktighet i 1920 – er det en klar tilhørighet i Norge frem til 1970-tallet mellom aviser og partier (Hallin og Mancini, 2004, 154).

I Østerrike og Tyskland er denne like tydelig knyttet til sosial klasse. Under Weimarrepublikken var rundt 1/3 av pressen partipresse. Weber beskrev denne perioden med at journalister var en type politikere (Hallin og Mancini, 2004, 155). En av ettervirkningene fra denne perioden var at Tyskland utviklet det første massemediakonglomeratet som inkluderte aviser, nyhetsbyrå, reklamebyrå og kinoer. Alfred Hugenberg, en mann som støttet nazistene, var mannen bak dette konglomeratet og hans avis dominerte denne perioden. Den tyske offentligheten, på dette tidspunktet, lignet mer på den polariserte pluralist modellen. Når nazistene tok makten kontrollerte de også pressen og den ble brukt til politisk propaganda (Hallin og Mancini, 2004, 155). Medielanskapet fra Weimar-perioden kom ikke tilbake etter andre verdenskrig, men deler av partipressen ble til dels gjeninført (Hallin og Mancini, 2004, 155). USA ønsket å innføre en markedsstyrt presse, slik som de har. Det var også et ønske om å de-nazifisere pressen og de allierte ga lisenser til individer og organisasjoner som tok avstand fra nazistregimet (Hallin og Mancini, 2004, 156). Disse avisene har fortsatt en viss politisk draging i dag (Hallin og Mancini, 2004, 156).

Østerrike har hatt en ganske lik historisk utvikling som Tyskland. De hadde en sterk partipresse frem til andre verdenskrig. Under okkupasjonen fikk hvert av de tre store partiene en tredjedel av pressestøtten. Partipressen varte lenger i Østerrike enn i Tyskland, siden Østerrike er korporativ og Tyskland er liberal (Hallin og Mancini, 2004, 157).

Statens rolle

Landene i den demokratiske korporative modellen kjennetegnes på tidlig 1800-tallet med en relativ begrenset statlig makt (Hallin og Mancini, 2004, 160). I mediasfærene kommer dette til syne ved en relativ tidlig utvikling av pressefrihet og trykkefrihet. Pressen ble veldig tidlig en autonom aktør. På begynnelsen av 1900-tallet utviklet disse landene seg og de modifiserte de liberale tradisjonene (Hallin og Mancini, 2004, 160).

Disse landene kjennetegnes ved at de bruker store summer på sosiale goder (Hallin og Mancini, 2004, 161). Den politiske kulturen har en tendens til å vektlegge statens ansvar når det kommer til å legge til rette for at alle sosiale grupper kan delta i samfunnet (Hallin og Mancini, 2004, 161). Rollen til pressen, som en viktig aktør i det sosiale livet, reflekterer rollen til staten (Hallin og Mancini, 2004, 161).

Alle de demokratiske korporative landene, utenom Sveits og Tyskland, har statelig subsidiert presse (Hallin og Mancini, 2004, 161). Alle landene har en form for indirekte støtte, i form av skattelette og reduserte post- og transportkostnader (Hallin og Mancini, 2004, 161). Formålet

med subsidieringen av pressen sikrer et mediemangfold både på leverandørsiden og innholdsmessig slik at de dekker flest mulige samfunnsgrupper. Men, det hjelper ikke og flere og flere aviser går under, da i særlig grad de regionale avisene (Hallin og Mancini, 2004, 162).

4.5.4 Skandinavisk modell eller medievelferdsstat

I de nordiske landene har en distinkt organisering av media utviklet seg i den analoge æraen (Syvertsen et al, 2014, 2). En statlig støttet, men selvsteding, presse som har de høyeste lesertallene i verden. Statlig støttet og statlig eid kringkaster som har vært med på å bygge nasjonal identitet samtidig som de har jobbet for en opplyst offentlighet samtidig som de har vedlikeholdt et stort publikum sammenlignet med konkurrenter. Og at hele befolkningen skal ha tilgang til internett er et viktig felles politisk mål (Syvertsen et al, 2014, 2). Statlig intervensjoner og støtte har blir kombinert med ideal om yringsfriheten, dette har før til at den offentlige mediesektorene har nytt godt av høy grad av legitimitet i forholdet med kommersielle aktører og internasjonale aktører (Syvertsen et al, 2014, 2).

Den Skandinaviske modellen kjennetegnes av fire dimensjoner. Disse er: universale service, pressefrihet, en kulturell politikk for media og en tendens til å velge politiske løsninger som er samstemte og langsiktig, basert på en konsultasjon med både offentlige og private interessenter (Syvertsen et al, 2014, 3). Disse organisatoriske prinsippene utgjør en mediavelferdsstat (Syvertsen et al, 2014, 3).

De nordiske landene, og i særlig grad de skandinaviske landene kan beskrives som svært egalitære, homogene, rike, og de har stor tillit til medborgere og staten (Syvertsen et al, 2014, 4-6). Denne ideologien bygger på en universalisme, der alle er inkludert uansett klasse eller status. Velferdsstat blir ikke sett på som et sikkerhetsnett for de fattige, men en måte å utvikle samfunnet på (Syvertsen et al, 2014, 7).

Infrastrukturen til offentlig kommunikasjon kan spores tilbake til 1800-tallet, samme periode som det sosial-politiske grunnmuren til velferdsstaten ble lagt (Syvertsen et al, 2014, 12). Fra begynnelsen av var den sosiale demokratiske bevegelsen i kommunikasjon og media, og både partipressen og den offentlige kringkastingen som institusjon var svært viktige i nå den velferdsstaten vi kjenner i dag (Syvertsen et al, 2014, 12). Postsystemet som har vært avgjørende når det kommer til distribusjon av aviser ble organisert som et offentlig gode, dette samme gjelder tele-nettverket, som i senere tid spilte en avgjørende rolle i å gjøre de nordiske landene til fremtredende og informerte samfunn (Syvertsen et al, 2014 12-13).

I etterkrigstiden så og hørte de nordiske landene på de samme statseide kanalene, dette førte til at det ble et homogent samfunn i kultur og perspektiver. I senere tiår har sosiale krefter som markedsføring, globalisering og endring i demografiene påvirket hvordan media struktureres og dette har også fått konsekvenser for velferdsstaten. Media har vært instrumentale i dannelsen av velferdsstaten, men de er også viktige når det kommer til å reflektere de nye endingene de siste tiårene (Syvertsen et al, 2014, 13).

Media-velferdsstaten kan forstås som en respons til historiske krefter. Det er fire krefter som i særlig grad har påvirket utviklingen. Den første er autoritærisme, eller direkte statlig påvirkning over innhold (Syvertsen et al, 2014, 17). Den andre kraften er økende mediemarked, både strukturelt og i innhold. Den tredje er globalisering, og den fjerde er sosial fragmentering (Syvertsen et al, 2014, 17).

Universell tilgang er et av grunnprinsippene til medie-velferdsstaten. Utdanning om kommunikasjon ble sett på som et offentlig gode på 1800-taller, noe som la grunnlaget for et masse-demokrati og et egalitært mediakonsum-mønster. De nordiske landene skiller seg fordi de tidlig tok universell utdanning, noe som sikret gode leseferdigheter hos både menn og kvinner, og som har først til større grad av likhet. På 1900-taller ble både radio og TV offentlige monopoler. Selv om alle kringkastingsmonopoler, tele-monopoler og post-monopoler ble avskaffet på 80- og 90-tallet, er det fortsatt en sterk dragnig mot en allmenn service. (Syvertsen et al, 2014, 18). Denne allmenne tilnærmingen er ikke unik for de nordiske landene, men den har blitt introdusert/gjennomført i større skala her (Syvertsen et al, 2014, 19). Noe som igjen kan forklare hvorfor disse landene er i førerretet på allmen-dekning av internett (Syvertsen et al, 2014, 19).

Den andre grunnverdiene er institusjonalisert pressefrihet. Dette er ikke en unik nordisk verdi, men prinsippet er relativt mye sterkere vedlikeholdt i de nordiske landene enn i veldig mange andre regioner (Syvertsen et al, 2014, 19). Sverige var der første landet som forankret pressefriheten i grunnloven sin (Syvertsen et al, 2014, 19). Denne friheten er en grunnleggende faktor i det nordiske mediesystemet (Syvertsen et al, 2014, 19). De nordiske landene er unike når det kommer til den globale pressefrihetens indeks, noe som er litt rart siden staten er så tungt inne i mediasektoren (Syvertsen et al, 2014, 19).

Den tredje grunnverdiene er tilstedeværelsen av en omfattende politikk for media. Denne politikken går ut på hvordan de kan påvirke media positivt. Målet har vært å modifisere påvirkning fra markedet (Syvertsen et al, 2014, 19). Dette inngrepet startet allerede med radio.

Monopolet ble opprettet slik at man med det kunne drive med offentlig opplæring uten å tenke på andre ting. Dette prinsippet ble videreført når TV kom på 50- og 60-tallet, og ble også videreført for et utvalg av kommersielle kanaler. Kommersielle kringkastere må gi et kulturelt, informasjons og minoritetsinnhold, for å få finansiell støtte og distribusjonsrettigheter i gjengjeld (Syvertsen et al, 2014, 19). Pressen subsidier, som også kom på 50-tallet, fungerer som en forsikring mot at det frie markedet ikke skal ta over de små lokale stemmene og meningene (Syvertsen et al, 2014, 19-20). Denne mediepolitikken har bred støtte i samfunnet og det korresponderer godt med redaksjonelle mål i mainstream media. Media skal informere og opplyse befolkningen som helhet (Syvertsen et al, 2014, 20).

Den fjerde grunnverdiene i media-velferdsstaten er samtykkende politikkdannelse og kompromiss mellom interessenter. Et definerende karaktertrekk med velferdsstaten er staten – en gjennomgående trekk er at forholdet mellom befolkning og stat er nært og positivt. (Syvertsen et al, 2014, 20). I media sektoren er denne stateligheten også synlig, men kanskje enda synligere er hvordan private og offentlige aktører aksepterer og tar del i den statsregulerte politikken, fordi det er fordelaktig for dem (Syvertsen et al, 2014, 20).

Hallin og Mancini har blitt kritisert fordi deres mediemodeller bare er opptatt av nyheter. I studier der politisk kommunikasjon er det som det forskes på er dette helt innafor, men deres rammeverk kan blir litt for fokusert på nyheter og derfor ikke gunstig å bruke i andre sammenhenger (Syvertsen et al, 2014, 16).

4.5.5 Øst-Europa

Det øst-europeiske mediasystemer har elementer fra alle de tre modellene til Hallin og Mancini. De har en sterk tabloid og kommersiell presse, typisk for det liberale systemet. Sterke reguleringer av media fordi de ønsker å bevare den offentlige interessen og en sterk nasjonal identitet, typisk for den demokratisk korporative modellen. Og høy grad av statlig intervensjon i offentlige goder, sterk tradisjon for beslutningspåvirkning i journalistikken og sterk media politisering, typisk for de polariserte pluralist landene (Herrero et al. 2017, 4799).

Media har også arvet noe av de strukturelle elementer fra den tidligere kommuniststaten sitt mediasystem. Det overvåkende organet og systemet som finnes i offentlig media er fortsatt der. De er ofte sterkt regulert på papiret og er avhengig det styrende partiets interesser og mål. Partiene har kolonisert media for å fremme mediaressurser som offentlige subsidier, reklame og sendetid for å støtte deres nettverk (Herrero et al. 2017, 4800). En business parrallelsime dominerer i regionen (Herrero et al. 2017, 4800). Det er også en sterk beslutningspåvirkning i

pressen, og en upartisk og objektiv journalistikk ikke helt har tatt over for en meningsbærende presse (Herrero et al. 2017, 4800).

Media er også svært økonomisk sårbare da det er veldig lite reklameinntekter, ikke et veletablert system for pressesubsidier eller distribusjon av lokalaviser, og større grad av eierskapskonsentrasjon. Dette har ført til at det er sterk statlig kontroll, da særlig over de offentlige kringkasterne (Herrero et al. 2017, 4800).

I motsetning til de demokratisk korporative landene, som har tradisjon for høy deltagelse, sliter de nye EU landene med denne type engasjement (Herrero et al. 2017, 4801). De fleste partier i nye demokratier har svake forbindelser til sine valgkretser, med unntak av MSZP i Ungarn. Lav deltagelse og et elitestyrte parti er normen i Øst-Europa. Polen er et speilet ustabilt partisystem. Dette lave nivået av politisk mobilisering, og at velgere skifter politisk preferanse ofte, gjør at det er vanskelig å måle om det finnes politisk parallellisme i disse landene (Herrero et al. 2017, 4802).

Etter at jernteppet falt undergikk de øst-europeiske landene raske politiske, sosiale og økonomiske endringer som ble forankret i kapitalisme, demokrati og menneskerettigheter (Herrero et al. 2017, 4802). Dette førte til at pressen ved å institusjonalisere og å utvikle lovgivende strukturer ble ujevnet, noe som igjen førte til tre relevante trender i media-landskapet i Øst-Europa. Den første var at offentlige kringkastere ble for sterke og satt under streng kontroll av institusjonene og politiske strukturer som de arvet fra det kommunistiske regimet, da de beholdt de fleste ansatte (Herrero et al. 2017, 4802). Å gi ut lisenser til private aktører utviklet seg til å bli politisk og forble en sentralisert prosess (Herrero et al. 2017, 4802).

Den andre tendensen er at pressen, til kontrast, ble raskt deregulert. Små aviser ble satt under kontroll av private eiere, og siden den gang har direkte pressesubsidier vært sjelden mediepolitikk i Øst-Europa (Herrero et al. 2017, 4802). Den tredje tendensen er en sakte utvikling av internett og digitale medier. Som en følge av dette er bruken av online-nyheter lav (Herrero et al. 2017, 4082).

Utenlandsk eierskap har også vært en sterkere faktor i dannelsen av det østeuropeiske mediasystemet enn i de vestlige mediasystemene (Herrero et al. 2017, 4802). Spesielt i pressesektorene er utenlandske eiere vanlig, men ikke i så stor grad i kringkastingene. Dette er et særtrekk ved det øst-europeiske systemet som gjør at markedet her er preget av eierstrukturen på en annen måte enn i vesten (Herrero et al. 2017, 4802). I løpet av 1990-tallet har utenlandske investorer, i hovedsak vestlige, vært med på å forme mediemarkedet i Øst-Europa. I Ungarn er

mesteparten av pressen eid av utenlandske eiere. Privatiseringen av pressen i Polen førte til at styringsmaktene fulgte nøye med på eierskapet til kringkastingen, noe som førte til begrensinger i kringkastingen (Herrero et al. 2017, 4802). Denne eierskaps-modellen har ført til en instrumental svak journalistisk profesjonalisme, og tabloidisering av medieinnhold over tid i land som Tsjekkia, Slovakia, Ungarn, Romania og Polen (Herrero et al. 2017, 4803). Systemet i Polen kan kategoriseres som «politisk polarisert», med svakt pressemarked og sterk statlig intervensjon og parallellisme mellom medieaktører og politiske partier (Kundzewicz, Painter og Kundzewicz 2019, 368).

4.6 Mediesystem – et tilstrekkelig rammeverk?

Det er ikke gjort så mye forskning på hvordan mediene i de ulike landene rapporterer om klimaendringene. Det som er skrevet er for det meste case-studier med fokus på et land. Disse studiene tar for seg ulike fenomener og konsepter, noe som gjør det vanskelig å sammenligne de med hverandre (Schmidt, Ivanfova og Schäfer, 2013, 1234). Mer komparativ forskning på hvordan journalistikk og politisk kommunikasjon fungerer i ulike land må til, da det vil være med på å øke forståelsen av journalisters rolle i ulike land, og hvordan viktige begreper og konsepter blir brukt og forstått (Reinmann et al, 2016). Hallin og Mancinis rammeverk sier noe om mediens rolle i samfunnet, men ikke nødvendigvis noe om stilen til mediene. Mediens stil er ikke så lett å putte inn i den eksisterende typologien om mediesystem. Ulike systemer virker ikke å kunne oversettes til ulikt nyhetsinnhold (Reinmann et al, 2016).

Denne delen skal nå gi et overblikk over hvordan mediene i utvalget i studien dekker klimaendringene. Det er ikke gjort så mye forskning i de landene som denne studien ser på i og med at mange av artiklene som er tilgjengelig er relativt gamle. Med forbehold om at det som blir presentert ikke er særlig utfyllende, er det fortsatt hensiktsmessig å gi et overblikk. I Norge begynte mediene relativt sent å skrive om klimaendringene. Dekningen er i stor grad preget av en balansert meningsutveksling, der begge parter får ytret sitt standpunkt (Ryghaug og Skjølvold 2016, 1). Det er veldig lite forskning på hvordan mediene dekker klimaendringer i Sverige. I en studie fra 2009 kom det frem at den svenske og norske dekingen var ganske lik, spesielt når det kommer til effekten av klimaendringer. I Sverige var det et mindre fokus på den vitenskapelige usikkerheten enn det var i Norge (Ryghaug og Skjølvold 2009). En studie fra 2012, som tar for seg to kvalitetsaviser i Sverige, viser at de har mer fokus på internasjonal aktivisme (Shehata og Hopmann, 2012, 11), og at de i stor grad benytter seg av internasjonale kilder (Shehata og Hopmann, 2012, 12).

I Irland er dekningen av klimaendringene relativt liten i forhold til de andre europeiske landene (Fox og Rau 2017, 225). Dekningen av klimaendringer i tradisjonelle media i Irland legger vekt på å informere og å tette kunnskapshullene folk måtte ha om klimaendringer, men ignorerer i stor grad rollen som mobiliserer (Fox og Rau 2017, 228). I Storbritannia gir mediene også mer plass til ikke statlige aktører, som NGO'er og andre interessegrupper (Song et al, 2021,3). Storbritannia har også adoptert en mer balansert dekning av klimaendringene (Song et al, 2021, 3). De har også et fokus på de negative effekten av klimaendringer (Song et al, 2021, 16), og den politiske kampen rundt hvem som har rett i håndteringen av klimaendringene (Song et al, 2021, 18).

I Italia er dekningen av klimaendringer rettet mot lokale og hjemlige forhold. Årsaker til klimaendringer er sjelden dekket, men effekten er i stor grad dekket (Beltrame, Bucchi og Loner 2017, 1). Dekningen av klimaendringer i Italia er også nært knyttet til når det oppstår konkrete hendelser (Beltrame, Bucchi og Loner 2017, 13). Det har vært svært lite forskning på hvordan klimajournalistikken er i Spania. Klimajournalistikk er et marginalisert tema i tradisjonelle medier i Spania. I perioden fra 2005-2011 var bare 0.2% av alle saker i nasjonale media om klimaendringer. Det er få skeptiske stemmer i media, noe som kan forklares med den svake tradisjonen med tenketanker og skeptiske personer i den spanske offentligheten (Erviti og Leòn, 2017)

I en studie som ble publisert i 2017, men som gjorde sin analyse av nyhetsbilde i 2009 i Østerrike, fant de ut at de som er alarmerte når det kom til klimaendringer var mest representert i pressen (Hermann, Pikel og Bauer, 2017, 22). Et funn som også stemmer for Tyskland (Hermann, Pikel og Bauer, 2017, 22). I likhet med Tyskland og Sverige har den skeptiske stemme ikke så stor plass (Hermann, Pikel og Bauer, 2017, 22). Istedenfor er de fokusert neo-korporativ og de gir heller plass til de ulike politiske synene for å nå et mål om politisk, sosialt og vitenskapelig konsensus og kompromiss (Hermann, Pikel og Bauer, 2017, 22). Dekningene av klimaendringene er svært politisert i den østerrikske pressen og media legger opp til en politisk løsning på problemet (Hermann, Pikel og Bauer, 2017, 23). I Tyskland har vinklinger fra 1980-tallet vært den av katastrofe. Forskerne har lyktes med å få saken tidlig på agendaen (Schäfer, 2016).

Journalister og spaltister i mainstream media i Polen gir ofte plass til skeptiske stemmer i klimadebatten, særlig på forsiden av store magasiner (Kundzewicz, Painter og Kundzewicz, 2019, 371). Istedenfor å gi uttrykk for usikkerheten i forskningen, har disse magasinene fremmet en holdning som strider imot den vitenskapelige konsensusen (Kundzewicz, Painter og

Kundzewicz, 2019, 371). Det er lite politisk konkurranse mellom partiene i Polen om klimaendringer, et tema som er av liten interesse. Politisk konkurranse er en av drivkraftene bak mediedekning, og politikere blir sitert også når det kommer til klimaendringer. Dette påvirker mengden dekning klimaendringen får i polsk media (Kundzewicz, Painter og Kundzewicz, 2019, 374). Det er generelt veldig liten dekning av klimaendringer i polske medier (Kundzewicz, Painter og Kundzewicz, 2019, 376). Klimaendringer er politisert i Ungarn, men mediene har klart å holde en relativt lav grad av eksplisitt partisan dekning av denne saken (Bene og Szabò, 2019, 311). Klimadekningen i Ungarn startet allerede på 1980-tallet (Schmidt, Ivanova og Schäfer. 2013, 1235).

Hvordan media vinkler saker er viktig med tanke på den moralske funksjonen media har når det kommer til dekningen av klimaendringer, men denne profesjonen varierer på tvers av nasjoner som funksjoner av landsspesifikke normer og praksis (Song et al, 2021, 5). Selv om medienes stil og form varierer mellom ulike land, og man er bevist dette, er det vanskelig å gi et godt rammeverk til en komparativ analyse med den tilgjengelige forskningen. De ser på ulike elementer og de er fra forskjellige årstall. Så selv om Hallin og Mancini sitt rammeverk ikke tar for seg klimajournalistikk, er det mest hensiktsmessig å bruke dette i en komparativ analyse, da de ser på de samme elementene og dimensjonene.

4.7 Forskingsspørsmål

Media har ulike funksjoner i ulike samfunn, men hvis de normative kravene til media skal fungerer burde de klare å informere godt nok om klimaendringer til at de ulike systemene ikke har noe å si. Dette har ført til forskningsspørsmålet: *Hvordan varierer effekten av omfanget av nyhetsbruk og hovedkilde til nyheter mellom land og mediesystem i Europa?*

Kapittel 5: Metode og Data

I dette kapittelet skal jeg gjøre rede for de metodiske valgene, hvilke utfordringer jeg har møtt på og hvordan jeg har valgt å løse de, samt en gjennomgang av data og variabler jeg har valgt å fokusere på i denne studien. Valgene i denne oppgaven er tatt med formål om å kunne besvare problemstillingen «Er det en sammenheng mellom nyhetsbruk og folks syn på klimaendringene?», og benytter seg av tre forskningsspørsmål for å svare på problemstillingen.

- 1 Er det en sammenheng mellom mengden av folks nyhetskonsument og holdninger til klimaendringer?

- 2 Er det en sammenheng mellom folks hovedkilde til nyheter og holdninger til klimaendringer?
- 3 Hvordan varierer effekten av omfanget av nyhetsbruk og hovedkilde til nyheter mellom land og mediasystem i Europa?

Dataene som studien bruker er hentet fra Reuters Institute's årlige undersøkelse om digital nyhetsbruk. Forskningsdesignet baserer seg på en komparativ analyse av 10 land, og ser på hvordan mengden av nyhetskonsument og hovedkilden til nyheter påvirker folks holdninger til klima ved hjelp av en regresjonsanalyse. Variablene jeg har valgt ut er basert på en blanding av hva som har vært tilgjengelig og hva som har kommet frem som relevante bakgrunnsvariabler i litteraturgjennomgangen. Før jeg skal gå mer i dybden på data og variabler, skal jeg gi et overblikk over hvorfor det er hensiktsmessig å benytte seg av komparativ studie av mediasystem. Jeg skal deretter si noe generelt om den komparative metoden, deretter skal jeg presentere utvalget mitt, så skal jeg ta for meg dataene og variablene og til slutt skal jeg presentere regresjonsanalysen. Avslutningsvis skal jeg gjøre rede for utfordringer med den komparative metoden.

5.1 Komparativ studie av mediasystem

Når det kommer til forskning på klimajournalistikk, er fokuset overveldende på USA og Storbritannia. Til sammen står de for over en tredjedel av all case-forskning (Schäfer og Painter 2020, 4). Fokuset i forskningen ligger på opplevelser og funn i et land, men er skrevet som om det er universelle funn. Dette er typisk for land som USA, Storbritannia, Tyskland og Frankrike, som alle har en relativt sterk medievitenskaplig tradisjon (Hallin og Mancini, 2004, 2). I land som ikke har en så lang mediavitenskaplig tradisjon «låner» man denne forskningen for å forklare aspekter ved sitt eget samfunn. Dette kan være problematisk (Hallin og Mancini, 2004, 2).

I spørsmålet om medias rolle når det kommer til folks syn på klimaendringer kan dette for eksempel bety at trender som er typisk for den amerikanske offentligheten, blir brukt som forklaring i en europeisk offentlighet. Dette kan være problematisk, da det kan tenkes at de bakenforliggende faktoren for denne trenden ikke er å finne i Europa. Det er derfor hensiktsmessig å bruke en komparativ tilnærming, da denne tilnærmingen er en form for å teste om teori er generell eller kontekstuell (Grønmo, 2017, 405). Når fokus blir på én nasjon får noen ting mer tyngde enn det det skal ha, mens andre aspekter får mindre vekt (Hallin og Mancini, 2004, 2).

Den komparative forskningstradisjonen har aldri fått et fotfeste i politisk kommunikasjonsforskning. Tradisjonelt sett har fokuset vært på enkelt caser og disse har i stor grad hatt tatt utgangspunkt i USA og Storbritannia. Denne tilnærmingene har ført til at man ignorerer den effekten mediasystem har på hvordan nyheter blir formidlet og distribuert (Aalberg og Curran, 2012, 4). Man har derfor fått et Anglo-amerikansk bias når det kommer til politiske kommunikasjonsteorier. Komparative studier av ulike mediasystemer som skiller seg fra USA og Storbritannia er en måte å bøte på dette biaset (Aalberg, Strabac og Brekken, 2012, 15). Ved å gjennomføre en komparativ analyse kan man øke forståelsen av en politisk og kulturell fragmentert verden (Aalberg, Strabac og Brekken, 2012, 15).

Aalberg og Curran (2012, 4) bruker dette som et grunnlag til å forkalre viktigheten av å gjøre en komparativ studie av mediasystem. De mener at organiseringen og struktureringen av et mediasystemet gir grobunn for ulik informasjonsdiert (Aalberg og Curran 2012, 6). Typologier om mediasystemer har blitt et effektivt verktøy for å forklare likheter og forskjeller mellom ulike systemer. De beskriver mønster i hvordan journalistikken fungerer, hvordan mediepolitikken og mediemarkeder styres og hvordan media brukes i ulike samfunn (Brügemann et al. 2014, 1038).

Som jeg viser til tidligere i denne studien er det en del skiller mellom mediasystem, og jeg mener det er hensiktsmessig og se på hvordan mediene i ulike land fungerer. Særlig viktig er det å se på dette i kontekst om klimaendringer, nettopp fordi det er et så globalt problem. En slik analyse kan bidra til å gi en større forståelse av medias rolle i klimadebatten. Ved å gjøre en kvantitativ komparativ analyse kan jeg også sjekke for andre mulige forklinger, som blant annet effekten av faktiske klimaendringer.

5.2 Komparativ metode

Komparative studier går ut på å sammenligne like samfunn eller ulike forhold i samfunn. Dette kan også dreie seg om forhold som er institusjonelt eller organisasjonsmessig avgrenset (Grønmo, 2017, 404). Komparative studier omfatter vanligvis få enheter, der hvor enheter som regel er omfattende og komplekse. Hver enhet er nesten som et case i en casestudie. Forskjellen mellom komparative studier og casestudier er at komparative studier forutsetter analyser av minst to enheter (Grønmo, 2017, 404). En kvantitative komparative analyser tar utgangspunkt i spesifikke variabler for å si noe om enhetene som inngår i analysen (Grønmo, 2017, 406). Kvantitative komparative studier kan omfatte sammenligninger mellom samfunnsforhold i forholdvis mange land (Grønmo, 2017, 406).

Forholdet mellom teori og metode i komparative studier er distinktiv. Teori forstås som forslag til forklaringer og forholdet mellom fenomener det forskes på og de tingene som muligens påvirker fenomenet (Pennings, Keman og Kleinnijenhuis, 2006, 23). Komparative studier er den mest passende måte å se på forhold mellom variabler empirisk (Pennings, Keman og Kleinnijenhuis, 2006, 23). Sammenligninger er det instrumentet som verifiserer eller forkaste forhold mellom to fenomener (Pennings, Keman og Kleinnijenhuis, 2006, 23). Komparative studier kan identifisere de nødvendige og tilstrekkelige forholdene hvor et forhold oppstår i virkeligheten (Pennings, Keman og Kleinnijenhuis, 2006, 23).

5.3 Utvalg

Utvalg av enheter er svært viktig i en komparativ studie. utfordringer med å sammenligne land er at analysen ofte kan gi feilslutninger på problemstillingen. Med mindre man har alle land i sitt utvalg, må man foreta strategiske valg. Ved å strategisk velge ut land kan man minske denne muligheten og å gjøre en fokusert sammenligning (Landman og Carvalho, 2017, 33-34). Det er vanlig å skille mellom to måter å foreta strategisk utvelgning når det kommer til land som analyseenheter. Den første er *Most Similar System Design* (MSSD). Her velger man land som er så like som mulig, og målet er å se på om det er noen forskjeller mellom enhetene. Den andre metoden er *Most Different System Design* (MDSD). Her er enhetene ulike og målet er å se om det er noen likheter mellom de (Landman og Carvalho, 2017, 34).

Siden bare et utvalg av land kan bli studert er utvelgningen svært avgjørende. Land bør velges ut med bakgrunn i at de er forskjellige, men likevel kan sammenlignes (Pennings, Keman og Kleinnijenhuis, 2006, 36-38). Å sammenligne få land fører til at man mister muligheten til å generalisere bredt, men man kan gå i dybden på ulikheter og likheter i utvalget (Aalberg, Strabac og Brekken, 2012, 16). Selv om man ikke kan si noe generelt i et lite utvalg kan man likevel si noe om ulike kulturelle grupper gjennom bruken av spørreskjema og se på individuelle medieprodukt (Aalberg, Strabac og Brekken, 2012, 16). Større utvalg, hvor man ikke mister for mye informasjon kan løse disse problemene (Pennings, Keman og Kleinnijenhuis, 2006, 36-38). Fordelene med å inkludere mange land i en komparativ analyse er at man da kan kontrollere motstridene forklaringer og forvirrende faktorer. Dette har også sine ulemper fordi et stort utvalg gjør det vanskelig forklare komplekse kausale sammenhenger (Aalberg, Strabac og Brekken, 2012, 16).

Denne studien benytter seg av MDSD for strategisk utvalg av enheter. Dette begrunnes med et ønske om å se om de ulike mediesystemene legger noen føringer for hvordan media dekker

klimaendringene. Er det noen likheter mellom landene innenfor mediesystemene? Mediesystemene vil her fungere som ulike enheter som skal sammenlignes for å se om de har noe tilfelles – altså medias rolle når det kommer til holdninger til klimaendringer.

Enheten i denne studien er mediesystem. Vi vet at mediene fungerer ulikt i de ulike systemene; er dette også utslagsgivende for synspunkt når det kommer til klimaendringer, et problem som strekker seg utover land og mediesystem? Utvalget består av fem mediesystem, med to land fra hvert mediesystem. Grunnen til at jeg har to land fra hvert mediesystem er fordi jeg da kan kontrollere for om det er ulikheter mellom systemene og at disse ulikhetene ikke skyldes ulikheter mellom landene i de ulike systemene. Logikken bak utvelgelsen av land bygger på MSSD innad i mediesystemet – alle lande har samme type mediesystem som er det element som skal testes i analysen. Dette valget er gjort med forbehold om at ingen land er like, men tar utgangspunkt i at de har mer tilfelles enn ikke-tilfelles (Penning, Keman og Kleinnijenhuis, 2006, 37).

Fra den liberale modellen har jeg valgt Storbritannia (n=2011) og Irland (n=2011). Ikke bare tilhører de samme mediesystem, men de er geografisk lik, deler mye felles historie og de har felles språk. Fra den polariserte pluralistiske modellen har jeg valgt Spania (n=2006) og Italia (n=2015). De har samme geografiske lokasjon, som middelhavsland, og de har mye lik kultur, da særlig kirkens status i samfunnet. Fra den demokratiske korporative modellen har jeg valgt Tyskland (n=2011) og Østerrike (n=2005). Igjen to land som deler mye historie, språk og kultur. Jeg vil også argumentere for at de skandinaviske landene, som av Hallin og Mancini tilhører den demokratiske korporative modellen, tilhører sin egen mediemodell – en mediavelferdsstat. Fra denne modellen har jeg valgt ut Norge (n=2010) og Sverige (n=2091). Land som har, i likhet med de andre, mye tilfelles: språk, historie og geografi. Til slutt har jeg også valgt ut to land fra østlige Europa, Polen (n=2008) og Ungarn (n=2011). Det snakkes om at post-kommunistiske land kan sees på som et eget mediesystem (Herreo et al, 2017, 4799). Og jeg har derfor lyst til å se om dette mediesystemet, på lik linje med de andre, er utslagsgivende når det kommer til medias rolle i holdninger til klimaendringer.

5.4 Data

Denne studien benytter seg foreliggende data, altså data som er samlet inn av noen andre. Analyser av foreliggende data kalles for en sekundæranalyse. Før man benytter seg av disse dataene må man gjøre seg kjent og ta en kritisk vurdering av datasettet, samt stille seg spørsmål om dette i tråd med relevans, kvalitet og etikk. Vurderingen av relevans går ut på å vurdere om dataene treffer problemstillingen, kvalitet går ut på om datamaterialet er pålitelig og ikke møtt

noen problemer under datainnsamlingen. Etikk går ut på om det er forsvarlig å basere den planlagte analysen på data som er innsamlet med andre formål (Grønmo, 2017, 150-151).

Jeg har brukt data som ble samlet inn i forbindelse med Reuters Digital News Report. Dataene tar for seg nyhetsbruk, og i datasettet som denne studien bruker har de for første gang tatt med spørsmål om klimaenigter (Reuters Institute Digital News Report, 2020). Målet med oppgaven er å se på om nyhetsbruk kan ha påvirket folks syn hvor alvorlig klimaendringer er. Det at de har tatt med spørsmål om klimaendringer gjør at jeg vurderer disse dataene for relevant for denne studien. Oppgaven har også blitt formet av de variablene og den informasjonen som er tilegnelig via datasettet. Den etiske vurderingen som ligger til grunn er at det er forsvarlig å bruke disse dataene, selv om de har blitt samlet inn til ett annet formål. Denne studie, opplever jeg selv, ligger veldig nært opp til hva som er Reuters Institute sin intensjon med dataen. Kvaliteten på dataene kommer jeg tilbake til i delkapittelet «Utfordringer med data».

5.4.1 Reuters Digital News Report

Reuters Digital News Report er en studie som gjennomføres på vegne av Reuters Institute for the Study of Journalism. Målet med studien er å forstå hvordan nyheter konsumeres i et stort utvalg av land. Undersøkelsen er utført av YouGov som benytter seg av et spørreskjema på nett. Datainnsamlingen i denne teksten fant sted i slutten av januar begynnelsen av februar 2020 (Reuters Institute Digital News Report, 2020). Utvalget fra hvert land ble formet ved å bruke nasjonale representative kvoter for alder, kjønn, region og utdanning. Dataene ble også vektet for å nå konsens/industri aksepterte data. De som sa at de ikke hadde konsumert nyheter den siste måneden ble filteret ut. Dette er ca. 3% av respondentene (Reuters Institute Digital News Report, 2020). Rapporten omfatter tall fra 40 land, og har en total på om lag 80 000 respondenter – ca. 2000 respondenter per land (Reuters Institute Digital News Report, 2020) En viktig ting å merke seg er at online-undersøkelser har en tendens til å underrepresentere konsumervanene til folk som ikke er på nett. Dette gjelder særlig eldre, mindre velstående og de med liten grad av formell utdanning. Reuters skriver selv at deres resultat er representativt for en «online-befolkning» som bruker nyheter minst en gang i måneden (Reuters Institute Digital News Report, 2020). Det er også første gang denne undersøkelsen har med spørsmål om klimaendring (Reuters Institute Digital News Report, 2020).

5.4.2 Utfordringer med data

Kvaliteten på dataene vurderes ved å se på reliabilitet og validitet. Reliabilitet er datamateriales pålitelighet. Høy reliabilitet er hvis datamaterialet gir pålitelige data (Grønmo, 2017, 240). Validitet er hvorvidt datamaterialets gyldighet til å svare problemstillingen, og gir et uttrykk

for hvor godt datamaterialet svarer til forskerens intensjoner (Grønmo, 2017, 241). Reliabiliteten og validiteten til datasettet er svært avgjørende for å avgjøre tilliten til datasettet. Lav reliabilitet og validitet vil føre til systematiske avvik mellom analyseresultatene og de tilsvarende forholdene i universet. Datamaterialet kan gi skjevt bilde av forholdene blant enheten som er med i undersøkelsen (Grønmo, 2017, 342). Disse utfordringene kan man ikke kontrollere og det er derfor viktig å ta særskilte vurderinger av slike systematiske feil (Grønmo, 2017, 343).

Dataene i dette datasettet ble samlet inn via et online panel (Reuters Institut Digital News Report, 2020). Et online panel er en samling av mennesker som har godtatt å gjennomføre en undersøkelse på nett. Det er særlig tre utfordringer med denne måten å samle inn data. Den første utfordringen er at medlemmene i slike panel ikke er representativ for den større befolkningen i et land. Dette skyldes i stor grad mangel på tilgang til internett, hvor de som ikke har tilgang er ofte eldre, har lavere utdanning og fattigere. Dette kan medføre en skjevhet i resultatet – et såkalt bias. Den andre utfordringen er at online surveyer har lav deltagelse. Mange er invitert til å delta, men få godtar invitasjonen, som igjen kan føre til skjev fordeling når det kommer til representasjon. En siste utfordring er at denne representativiteten som ligger til grunn for slike surveyer er basert på frivillighetsutvalg og ikke sannsynlighetsutvalg (aapor.org, 2021). En annen utfordring med online panel er at deltager kan gå raskt gjennom surveyen fordi de bare ønsker å få belønningen som er knyttet til gjennomførelsen (aapor.org, 2021).

To strategier kan bli brukt for å imøtegå disse utfordringene. Den første strategien går ut på at paneldeltageren som inviteres til å delta blir valgt ut på bakgrunn av kjønn, alder, utdanning og andre relevante variabler. Den andre strategien er at utvalget kan bli vektet så det matcher befolkningen som helhet (aapor.org, 2021). Et annet alternativ er at man kan vekte dataen slik at de i større grad representerer relevante demografiske eller politiske trekk ved populasjonen (aapor.org, 2021). I sitt metodekapittel nevner Reuters at de har vektet sine data, men det kommer ikke frem hva de har fokusert på når de har vektet dataene (Reuters Institute Digital News Report, 2020). De sier også at de har basert utvalget sitt på en nasjonale kvoter for alder, kjønn, region og utdanning (Reuters Institute Digital News Report, 2020). Med bakgrunn i mangel på innsyn, kan reliabiliteten til dette datasettet ses på som noe usikker.

Det er lite jeg kan gjøre med reliabiliteten og validiteten til datamaterialet, men jeg kan forbedre kvaliteten slik det passer min studie bedre. Ved å slå sammen variabler, konstruere indekser og slå sammen verdier på enkelte variabler kan forskeren som benytter seg av et datamateriale, gjøre kvaliteten bedre (Grønmo, 2017, 259). Ved å slå sammen verdier, kan man forbedre

reabiliteten, spesielt dersom en variabel har veldig mange verdier. Ved å gjøre verdier som er nær hverandre til samme verdi, blir datasettet mer formålsrettet (Grønmo, 2017, 259).

5.5 Variabler og mål

Kvantitative studier baserer seg på informasjon i form av tall. Denne informasjonen brukes til å plassere enheten i ulike kategorier og disse kategoriene kalles for mål (Grønmo, 2017, 129). Disse målene organiseres i et system av variabler og alle enhetene i en variabel får tildelt en verdi. Når variablene og verdiene blir operasjonalisert blir de målbare (Grønmo, 2017, 129). Som nevnt tidligere kan man omkode variabler for å gjøre de mer egnet til studien. Omkoding kan gjøres på bakgrunn av to kriterium. Det første er logisk kriterium, som legger vekt på avgrensing av hver enkelt verdi og at forholdet mellom disse verdiene skal være logisk (Grønmo, 2017, 294). Det andre kriterium er empirisk kriterium. Her legges det vekt på at enheten skal legge seg jevnt på de nye verdiene etter omkodingen av variabelen (Grønmo, 2017, 295). Ulempen med å gjøre slike omkodinger er at man mister informasjon (Grønmo, 2017, 295).

Kvantitative komparative studier tar utgangspunkt i spesifikke variabler for å prøve å karakterisere enhetene (Grønmo, 2016, s. 406). I studier av forskjellige samfunn, der hvor spørreskjemaet er likt for alle respondentene på tvers av land, og utspørringene er basert på en strukturert utvelgelse av respondenter kan respondenten slås sammen til ett datasett. Her vil variablene være felles for alle respondentene og nasjonaliteten kan legges inn som en egen variabel. Sammenligningen mellom landene kan da basere seg på sammenhengen mellom variablene (Grønmo, 2016, s.406).

Utfordringer med å velge ut variabler har dreid seg om at det var et fåtall av spørsmålene som omhandlet klimaendringer. De som var tilgjengelig, ga ikke den type informasjon som var hensiktsmessig å bruke i denne analysen. Tross dette kan det argumenteres med at de variablene som ble benyttet i denne studien har ført til en formålstjenlig analyse om hvordan nyhetsmedia påvirker folk syn på hvor alvorlige klimaendringene er.

5.5.1 Avhengig variabel

Den avhengige variabelen omhandler hvor alvorlig gol koppfater klimaendringene. Spørsmålet respondenten ble bedt om å svare på lyder som følger. «*Hvor alvorlig (om i det hele tatt) mener du at problemet med klimaendringer er?*» De har rangert alvorlighetsgraden fra 0-5, hvor 0 er «ikke alvorlig i det hele tatt», 1 er «ikke svært alvorlig», 2 er «vet ikke», 3 er «ganske alvorlig», 4 er «svært alvorlig» og 5 er «ekstremt alvorlig». I utgangspunktet gikk variabelen fra 0 «vet ikke» til 5 «ekstremt alvorlig». Jeg har omkodet slik at «vet ikke» nå er kodet 2, slik at

regresjonslinje skal følge en mer logisk linje. Jeg vil argumentere for at «vet ikke» ligger nærmere «Ikke så veldig alvorlig» (1) og «litt alvorlig» (3), enn de som mener klimaendringen ikke er alvorlige. Noen svakheter med denne variabelen, slik jeg ser det, er at «svært alvorlig» og «ekstremt alvorlig» er ganske like.

5.5.2 Forklaringsvariablene

Den første forklaringsvariabelen omhandler mengden nyheter man konsumerer. Her har respondenten blitt bedt om å oppgi hvor mange ganger i uka de oppsøker nyheter. Spørsmålet til variabelen lyder som følge: «*Typically, how often do you access news? By news we mean national, international, regional/local news and other topical events accessed via any platform (radio, TV, newspaper or online)*» Denne variabelen har jeg omkodet slik at den nå er på intervallnivå. Det kan tenkes at et høyt nyhetskonsument betyr at man er veldig interessert i samfunnet man lever i, og det kan derfor argumenteres for at denne variabelen er interessant å bruke. Svakheten til denne variabelen, etter min mening, er at den ikke sier noe om hvorvidt man får med seg nyhetsinnhold selv om man sjekker ofte. Det kan tenkes at å lese avisen i en time på kvelden er mer informativt enn å sjekke en avis sin nettside 10 ganger om dagen.

Den neste forklaringsvariabelen er hovedkilder til nyheter. Her har respondentene først blitt bedt om å svare på hvilke kilder de har brukt til nyheter, for så å svare på hvilke som er deres hovedkilde. I datasettet var det originalt 10 hovedkilder, noen analoge og noen digitale. Jeg har omkodet slik at det nå er 8. Jeg har slått sammen «aviser» og «nettsider og apper til aviser» og «magasiner» og «nettsider og apper til magasiner» til to variabler som nå heter «aviser» og «magasiner» Dette fordi jeg tenker at de har det samme innholdet på nett og i avis, fordi det er avsender av informasjon som er sentral i denne studien. Det kan være problematisk å sammenligne de ulike kildene på tvers av land fordi de har så ulike forutsetninger og roller i samfunnet, men det er her jeg mener mediasystem har en viktig rolle for denne studien.

Det er særlig to hovedkilder som er noe utfordrende å tolke, noe som skyldes validitetsproblemer. Disse er «andre nyhetskilder på internett» og «sosiale media». Andre nyhetskilder på internett kan være alt fra alternative nyheter til «digital born» aktører. Fra et komparativt perspektiv er det vanskelig å si noe om hva «andre nyhetskilder på internett» innebærer. Der aviser og TV er etablerte konsepter på tvers av landegrense, er det ikke like lett å si noe om hva folk legger i «andre nyhetskilder på internett». Dette gjør det vanskelig å sammenligne denne hovedkilden på tvers av land. De samme utfordringen gjelder for «sosiale media». Dette er en hovedkilde som i stor grad er styrt av algoritmer og det er derfor vanskelig

å si noe om hva som kjennetegner nyhetsinnholdet. Sosiale media innebærer også mange ulike plattformer, som igjen gjør det vanskelig å si noe konkret om hva denne hovedkilden består av.

5.5.3 Bakgrunnsvariabler

For å sikre at funnen ikke spuriøse, er det vanlig å kontrollere for bakenforliggende variabler – såkalte kontrollvariablene. Hvis sammenhengen mellom de variablene fortsatt er signifikant etter at man har kontrollert for bakgrunnsvariablene, betyr det at årsakssammenhengen har blitt styrket (Grønmo, 2017, 386). Mine kontrollvariabler er: politisk interesse, hvor man plasserer seg på høyre/venstrekassen, alder, kjønn, inntekt og utdanning. Disse er valgt ut med bakgrunn i litteraturen om hvem som engasjerer seg i klimaendringer, som ble belyst i kapittel 2. Jeg har omkodet variablene «politisk interesse», «høyre/venstreaksen» og «utdanning». Politisk interesse har jeg omkodet slik at «vet ikke» ligger i midten og ikke lenger som laveste verdi. Det samme har jeg gjort med høyre/venstreaksen. Dette gjør at «vet ikke» nå ligger vedsiden av «sentrum», noe som ikke er helt optimalt. Men, jeg vil argumenterer for at det er bedre at «vet ikke» ligger her, istedenfor at den ligger som laveste verdi vedsiden av «langt til venstre». Det kan tenkes at de som kategorisere seg selv som langt til venstre i politikken har mindre tilfelles med folk som sier at de ikke vet hvor de står politisk. Det er naturlig å tenke at folk som sier det er langt til venstre har et veldig tydelig politisk standpunkt. «Utdanning» har jeg omkodet slik at variabelen består av 4 verdier. I regresjonsanalysen blir denne variabelen brukt som en kategorivariabel, da det er noe utfordrende å si noe om avstanden mellom de ulike verdiene og om denne avstanden er lik for alle land i utvalget.

5.7 Regresjonsanalyse

Denne studien har som mål å se på den statistiske effekten nyhetsbruk har på holdninger til klimaendringer. Dette skal gjøres ved hjelp av en regresjonsanalyse. Styrken til regresjonsanalysen er at den kan vise den statistiske sammenhengen mellom variabler, avklare hvor sterk denne sammenhengen er og hvilken retning denne sammenhengen har (Grønmo, 2017, 312). Denne studien benytter seg av en OLS regresjon, eller «minste kvadrats metode». Denne metoden minimaliserer den vertikale avstanden mellom de observerte og de predikerte verdiene, denne avstanden tilsvarer størrelsen på de kvadrerte residualene (Midtbø, 2016, 98).

En regresjonsanalyse tar utgangspunkt i avhengighetsforholdet mellom variabler (Grønmo, 2017, 331). Analysen består av en avhengig variabel og en eller flere uavhengige variabler (Grønmo, 2017, 331). I denne studien er den avhengige variabelen holdninger til klima og de uavhengige variablene er mediebruk. Regresjonsanalyser kan brukes for å framstille både bivariante og multivariate sammenhenger, og er en velegnet måte å analysere sammenhenger

mellom mange variabler (Grønmo, 2017, 332). En regresjonsligning består av: en avhengig variabel (y), en uavhengige variabel (x); et konstantledd, som er skjæringspunktet på y-aksen, og en stigningskoeffisient. Stigningskoeffisient sier noe om hvor bratt regresjonslinjen er. Når stigningskoeffisienten er positiv stiger linjen, hvis den er negativ faller linjen. En regresjonsligning har også et restledd som viser hvor stor avviket er mellom regresjonslinjen og enhetens faktiske plassering (Grønmo, 2017, 332).

Desto større tallverdien til stigningskoeffisienten, jo sterkere er sammenhengen mellom de to variablene. Denne tallverdien avhenger imidlertid ikke bare av styrken på sammenhengen, men også av måleenhetene på de to variablene. Stigningskoeffisienten omtales ofte som en ustandardisert regresjonskoeffisient, som man ikke uten videre kan sees på som uttrykk for hvor sterk effekten er. De kan heller ikke brukes til å sammenligne effekten av ulike uavhengige variabler. Men, heldigvis kan regresjonskoeffisienten standardiseres. Den standardiserte regresjonskoeffisienten, kalt beta. Beta har fast yttergrense og varierer mellom -1 og +1, uansett hvilke måleenhet variabelen har. Jo høyere beta-verdi jo sterkere statistisk effekt har den avhengige variabelen på den uavhengige variabelen (Grønmo, 2017, 334-335).

En multippel regresjonsanalyse gir uttrykk for sammenhengen mellom den avhengige og den uavhengig variabelen kontrollert for effekten av de øvrige uavhengige variablene (Grønmo, 2017, 336). Kontaktleddet viser i en multippelregresjonsanalyse verdien av alle de andre variablene er lik 0. Betaverdien for de ulike variablene, ikke bare er et uttrykk for variabelens effekt, men også påvirkes av enhetens spredning på variabelen, som er uttrykt ved variabelens standardavvik (Grønmo, 2017, 337). R², forklart varians, gir uttrykk for den samlede effekten av til alle de uavhengige variablene (Grønmo, 2017,337)

5.6. utfordringer med den komparative metoden

Komparative studier byr på noen utfordringer. Problemene knyttet til sammenlignbarhet kalles ekvivalensproblemer. Ekvivalens, eller likeverd, er den viktigste forutsetningen for sammenlignbarhet. Samfunn og kulturer er ulike, og det er svært utfordrende å samle inne ekvivalente data på tvers av ulike kulturer (Grønmo, 2017, 407). Problemene knyttet til ekvivalens kan oppstå på ulike måter og det er vanlig å skille mellom fire typer ekvivalens. Disse er; språklig ekvivalens, kontekstuell ekvivalens, begrepsmessig ekvivalens, kontekstuell ekvivalens og metodisk ekvivalens (Grønmo, 2017, 407-408). Språklig ekvivalens dreier seg om likeverd mellom ord, uttrykk og formuleringer i de samfunnene som sammenlignes (Grønmo, 2017, 407). Kontekstuell ekvivalens er likeverdighet med hensyn til den kontekstuelle betydningen av bestemte fenomener eller forhold i ulike samfunn (Grønmo, 2017,

408). Begrepsmessig ekvivalens refererer til betydningene av samfunnsvitenskapelige begrep i ulike samfunn. Metodisk ekvivalens refererer til om hvorvidt metodene som benyttes fungerer på samme måte i forskjellige samfunnstyper. I land med høy analfabetisme kan det være utfordrende å få et representativt utvalg ved hjelp av strukturell utspørring (Grønmo, 2017, 408).

Den største utfordringen, slik jeg ser det, er kontekstuell ekvivalens. Som jeg var inne på tidligere i oppgaven er begreper «klimaendringer» politisert. Dette betyr at det kan bety ulike ting i ulike samfunn. Hvordan de ulike landene opplever effekten av klimaendringer varierer også, noe som kan påvirke hvordan ulike deler av en befolkning opplever alvorlighetsgraden rundt klimaendringer.

Kapittel 6: Analyse

Målet med denne studien er å se om det er noen sammenheng mellom nyhetsbruk og holdninger til klima. Hvorfor vi har menneskeskapte klimaendringer og hvilke effekter de kan ha på oss mennesker er svært komplekse og derfor vanskelig for mennesker å forstå. Det er derfor media er en så sentral aktør i debatten, fordi de fungerer som en av de mest brukte kildene til informasjon om klimaendringene. Ikke bare skal de videreformidle forskningene, men de skal også gjøre dette på en måte som er forståelig for folk flest. Nyhetsmedia har en kritisk rolle for hvordan folk, organisasjoner, og samfunn forstår klimaendringer og som igjen legger føringer for hvordan man skal handle. Nyhetsmedia forsetter å være den viktigste arenaene for aktører som produsere, reproduserer og transformerer forståelsen av klimaendringer (Schäfer og Painter, 2020, 2).

Jeg minner igjen om motivasjonen for studien. Siden nyhetsmedia har en så sentral rolle i debatten, er det viktig å se på hvilken effekt nyhetsbruk har på folks syn på klimaendringer, og om denne effekten er den samme på tvers av land. Et høyt nyhetsbruk kan henge sammen med interesse for samfunnet en lever i. Dette kan knyttes opp til idealer om at en god borger er en som aktivt tar del i samfunnet. Det kan derfor tenkes at det å ha et høyt nyhetskonsument sammenfaller med en holdning til klimaendringer som sier at de er alvorlige. Videre så er måten de ulike mediene dekker klimaendringer på varierende, og det kan tenkes at hvilke hovedkilder til nyheter man har, har en mulig effekt på holdninger til klima. Det er også viktig å se på disse effektene i et komparativt lys. Måten nyhetsmedia er organisert varierer mellom land, og jeg ønsker å se om dette også er tilfellet for klimajournalistikken

Som jeg har nevnt tidligere, er målet å se om det er en sammenheng mellom holdninger til klimaendringer og nyhetskonsument. For å vurdere hvorvidt det er en sammenheng mellom holdninger til klimaendringer og nyhetskonsument har jeg formulert tre forskningsspørsmål.

1. Er det en sammenheng mellom mengden av folks nyhetskonsument og holdninger til klimaendringer?
2. Er det en sammenheng mellom folks hovedkilde til nyheter og holdninger til klimaendringer?
3. Hvordan varierer effekten av omfanget av nyhetsbruk og hovedkilde til nyheter mellom land og mediesystem i Europa?

Før jeg svarer på disse skal jeg gi litt bakgrunnsinformasjon om klimaendringer i de ulike landene, hvordan bakgrunnsvariablene spiller inn på holdninger til klima, og typisk nyhetsbruk

i de ulike landene. Jeg skal starte med å presentere de faktiske klimaendringene som finner sted og se på om dette sammenfaller med folks syn på klimaendringen. Det er nærliggende å tro at holdninger til klima kan forklares med opplevde klimaendringer, siden mennesker er mest opptatt av farer som rammer oss selv (Hulme 2014, 500).

6.1 Nasjonale forskjeller i faktiske klimaendringer

Det finnes et stort utvalg av indikatorer som beskriver effekten av klimaendringer. Ulempen med det store antallet er at de ikke bygger på den samme grunnlinje, noe som gjør at de er svært dårlig egnet til å sammenligne med hverandre. Dette vil igjen føre at folk, som ikke er en del av fagfeltet ikke klarer å orientere seg i mengden informasjon som er tilgjengelig (Williams og Eggleston, 2017). Jeg har brukt tall fra World Meteorological Organization (WMO) for å vise til faktiske klimaendringer. WMO bruker fire ulike indikatorer som viser til hvordan klimaendringen rammer ulikt. WMO fokuserer på indikatorer som viser til fysiske endringer, men argumenterer også for at dette valget har visse ulemper. Det at de har valgt denne tilnærmingen betyr ikke at sosioøkonomiske indikatorer ikke er likeså viktige (Williams og Eggleston, 2017).

Den første indikatoren omhandler i overflatetemperatur. Dette er en indikator som er relativt lett å forstå, og den er godt dokumentert i løpet av de siste 150årene. Det som gjør at denne indikatoren er lett å forstå er fordi det skjer på overflatenivået, eller med andre ord, det skjer der vi bor (Williams og Eggleston, 2017). Selv om denne indikatoren ikke sier så mye om de reelle klimaendringen som finner sted, er den viktig å ha med fordi den er så sentral i Paris-avtalen (Williams og Eggleston, 2017). Den neste indikatoren er økning i havtemperatur. Over 90% av all den energien som kommer fra menneskeskapt klimautslipp blir fanget opp av havet og varmer vannet (Williams og Eggleston, 2017). Hvordan klimaendringer påvirker havet påvirker også menneskeheten. Varmere vann og forurensing av vannet påvirker fiskebestanden og biomangfoldet. Varmere vann fører også til ismelting noe som gjør at havnivået stiger. Dette kan ha alvorlige implikasjoner for kystbyer og kystsamfunn og stigning i havnivået blir derfor brukt av WMO som en sentral indikator (Williams og Eggleston, 2017). Den siste indikatoren er mengden nedbør. Endringer i mengden nedbør viser til geologiske trender i tørker og intense stormer. Alene er ikke denne indikatoren god nok til å forklare klimaendringer, men i fellesskap med de andre faktorene fungerer den godt til å gi et overblikk over trendene (Williams og Eggleston, 2017).

Tabell 6.1: Klimaendringer i perioden 1960-2017 i 10 europeiske land

Land	Overflate temperatur (endringer fra 1960-2017)	Havtemperatur (endring fra 1960-2014)	Havnivå (endringer fra 1970-2015)	Nedbør (endringer fra 1960-2015)	Overall score
Norge	0,275°C per tiår	0.44°C	0.25 mm per år	0.24 mm per år	41.9/100
Sverige	0.288 °C per tiår	0.73 °C	1.70 mm per år	22 mm per tiår	58.1/100
Tyskland	0.306 °C per tiår	0.70 °C per tiår	2.12 mm per år	11 mm per tiår	56.8/100
Østerrike	0.275°C per tiår	N/A	N/A	-20 mm per tiår	50.6/100
Storbritannia	0.320 °C per tiår	0.44 °C	1.187 mm per år	23 mm per tiår	49.4/100
Irland	0.292 °C per tiår	0.21 °C	5,19 mm per år	20 mm per tiår	52.0/100
Italia	0.216 per tiår	0.71 °C per tiår	2.03 mm per år	-20 mm per tiår	51.0/100
Spania	0.314 °C per tiår	0.46°C	2.27 mm per år	-38 mm per tiår	57.21/100
Polen	0.307 °C per tiår	0.73 °C per tiår	2.12 mm per år	4 mm per tiår	55.7/100
Ungarn	0.275 °C	N/A	N/A	-13 mm per tiår	45.2/100

Kilde: <https://www.greenmatch.co.uk/blog/2019/04/climate-change-europe>

Tabell 6.1 viser hvilke innvirkninger klimaendringer har hatt i de ulike landene denne studien tar for seg. I dette utvalget er det Norge som i minst grad er påvirket, med en endring i overflatetemperatur på 0.2 °C og en økning i havtemperatur på 0.4 °C per tiår. Norge har også hatt en minimal økning i mengden nedbør og i økning av havnivået. I Norges naboland Sverige har derimot klimaendringer hatt en større innvirkning. De har hatt en økning i nedbør med 22 mm per tiår, samt en økning i havtemperaturene på 0.78 °C. Polen, Tyskland og Spania har også høy score på klimaendringer. Spania som har hatt en nedgang i nedbør på -38mm per tiår, noe som er mest av alle landene som har hatt en nedgang i nedbør. De har også hatt en av de største økningene i overflatetemperatur, bare slått av Storbritannia. Det er også verdt å nevne at landene som grenser til Østersjøen har de høyeste økningen i havtemperatur.

Endringene i tabell 6.1 viser til faktiske klimaendringer. Endringer som ikke nødvendigvis er så lett å se selv, og som nevnt tidligere er det vanskelig å måle hvordan klimaendringer påvirker folks liv fra dag til dag. Flere studier viser at det å oppleve ekstremvær og andre ekstreme hendelser som assosieres med klimaendringer kan potensielt føre til at man i større grad opplever klimaendringer som alvorlige og er derfor mer villig til å ta grep om problemet (Roxburgh 2019, 50).

Jeg har derfor valgt å ta med en oversikt over ekstreme værphenomener som har funnet sted i perioden 1960-2019. Ekstreme hendelser er ikke dirkete knyttet til klimaendringene, men blir ofte presentert i media som en sammenheng. Med «ekstreme hendelser» menes hendelser som påvirker menneskers trygghet. Hva som kategoriseres som ekstreme hendelser varierer fra sted til sted. Noe land er bedrer rustet til å takle disse hendelsene (Williams og Eggleston, 2017). Tallen i tabell 6.2 viser en oversikt over antall tørkeperioder, ekstreme temperaturer, flommer og stormer de ulike landene har hatt. Selv om tallene er fra perioden 1960-2019 er det verdt å nevne at de fleste hendelsene har funnet sted i perioden 1990-2019 med 1990-tallet som et tiår med veldig mange stormer. Og i de to siste tiårene har vi sett flest ekstreme temperaturer og flommer (Schlechtriem, 2021). Det er klart mer dekning av klimaendringer i nyhetsmedia i de landene hvor effekten av klimaenigner er mer synlig (Kundzewicz, Painter og Kundzewicz 2019, 367).

Tabell 6.2: Ekstreme hendelser i perioden 1960-2019 i 10 europeiske land

Land	Tørkeperioder	Ekstreme temperaturer	Flom	Storm	Totalt
Norge	0	0	3	7	10
Sverige	0	1	2	7	10
Tyskland	0	12	21	55	88
Østerrike	0	5	17	20	42
UK	0	9	33	41	83
Irland	0	0	6	16	22
Italia	4	10	44	23	81
Spania	4	9	30	22	65
Polen	1	19	14	16	50
Ungarn	3	5	16	7	31

Kilde: <https://www.greenmatch.co.uk/blog/2019/04/climate-change-europe>

Tyskland, Storbritannia og Italia har hatt flest ekstreme hendelser de siste 60 årene. Tyskland og Storbritannia har hatt flest stormer og Italia har hatt flest flommer. Spania og Italia har hatt flest tørkeperioder, mens Polen har hatt flest ekstreme temperaturer. Med «ekstrem temperatur» mens tematurer som er farlig for mennesker (Williams og Eggleston, 2017). Norge og Sverige har hatt desidert færrest ekstreme hendelser, med en total på 10 hver. Igjen, med ekstreme hendelser menes hendelser som setter menneskelige liv i fare. Og siden de fleste har funnet sted i løpet av de siste 30 årene er det nærliggende å tro at folk har de friskt i minne. Tabell 6.2 kan dermed gi et bedre bilde på hvordan folk opplever klimaendringene, siden man legger mer merke til en tørkeperiode enn en gradvis økning i overflatetemperaturen. Foruten om Norge og

Sverige er det store skiller innad i mediasystemene når det kommer til i hvor stor grad de er påvirket av ekstreme hendelser.

6.2 Nasjonale skiller i holdninger til klimaendringer

Hvordan nyhetsmedia er organisert og hvordan de formidler nyheter variere fra land til land. Noen er litt likere enn andre, og disse er organisert sammen i de ulike mediasystem, som ble presentert tidligere i oppgaven. Mediene i den polariserte pluralist modellen har et nært forhold til de politiske aktørene i disse landene (Hallin og Mancini, 2004, 67). Journalismen har sterk tilknytning til staten og de politiske aktørene (Hallin og Mancini, 2004, 110). Det er en form for klientalisme mellom politiske aktører og media (Hallin og Mancini, 2004, 119). Det kan derfor tenkes at mediene i disse landene legger opp til en mening, og at flertallet i befolkningen har samme forståelse av et fenomen. Den liberale modellen kjennetegnes ved at penger styrer markedet (Hallin og Mancini, 2004, 203). Selv om mediernes dekning er forankret i fakta (Hallin og Mancini, 2004, 207), kan det tenkes at den vinklingene som gir flest lesere blir den mest brukte. Derfor kan det tenkes at også her er befolkningen litt enig i hvordan de tolker alvorlighetsgraden forbundet med klimaendringer.

Den demokratisk korporative modellen kan beskrives som segmentert pluralisme. Det vil si at dette mediasystemet har et mangfold av meninger og ideologer presentert i media. Et mangfold det etterstrebes å opprettholder (Hallin og Mancini, 2004, 151). Dette er enda tydeligere i den skandinaviske modellen, en modell som bygger på universalisme – hvor alle er inkludert uansett klasse eller status (Syvertsen et al. 2014, 18). Siden alle sider blir representert i klimadiskursen, er det nærliggende å tro at disse fire landene har større spredning når det kommer til hvor alvorlig de mener klima er. Øst-Europa har et mediasystem som er preget av kommersiell presse og statlige eid kringkasting (Herrero et al. 2017, 4802). Det kan derfor tenkes at disse landene kan ligne på de liberale og de polarisert pluralistiske når det kommer til spredning av hvor alvorlig befolkningen oppfatter klimaendringene.

Landene i utvalg til denne studien er i ulik grad påvirket av klimaendringene, og det er derfor spennende å se om dette sammenfaller med hvordan de opplever klimaendringen. Tabell 6.3 tar for seg nettopp dette. Spørsmålet som er stilt er: «*Hvor alvorlig (om i det hele tatt) mener du at problemet med klimaendringer er?*». Variabelen går fra 0-5, hvor 0 er «ikke alvorlig i det hele tatt» og 5 er «ekstremt alvorlig».

Tabell 6.3: Syn på klimaendringer som alvorlig i 10 europeiske land

Land	Hvor alvorlig (om i det hele tatt) mener du at problemet med klimaendringer er?						Totalt	Snitt	Standardavvik
	Ikke alvorlig i det hele tatt (0)	Ikke svært alvorlig (1)	Vet ikke (2)	Ganske alvorlig (3)	Svært alvorlig (4)	Ekstremt alvorlig (5)			
Norge	7%	17%	6%	29%	21%	20%	100%	3.01	1.55
Sverige	9%	13%	5%	24%	23%	27%	100%	3.19	1.63
Tyskland	5%	10%	5%	22%	27%	31%	100%	3.49	1.46
Østerrike	4%	10%	3%	25%	28%	29%	100%	3.51	1.40
UK	3%	5%	4%	21%	28%	40%	100%	3.83	1.30
Irland	2%	5%	2%	20%	26%	45%	100%	3.98	1.23
Italia	1%	3%	3%	19%	23%	50%	100%	4.11	1.14
Spania	2%	4%	2%	16%	28%	48%	100%	4.10	1.13
Polen	2%	6%	25%	19%	36%	35%	100%	3.84	1.23
Ungarn	1%	2%	2%	12%	32%	50%	100%	4.23	1.01
Totalt	4%	7%	3%	21%	27%	38%	100%		

Cramèrs V = 0.13

Data: Reuters 2020

Fra tabell 6.3 kan en lese at Norge og Sverige skiller seg ut ved at de har de største gruppene som mener at klimaendringer ikke er alvorlig. Henholdsvis 7% i Norge og 9% i Sverige. Sammen med Østerrike og Tyskland, har de også de største gruppen av folk som mener at klimaendringer ikke er et så veldig alvorlig problem. Bare 41% av Norges befolkning mener at klimaendringene er et svært alvorlig problem¹, noe som gjør de klart minst i utvalget. På den andre siden av spektrumet er Spania og Ungarn, med henholdsvis 76% og 82% av befolkningen har svart at klimaendringer er et ekstremt svært alvorlig problem².

6.3 Sammenhenger mellom syn på klimaendringer og utvalgte bakgrunnsvariabler

I denne delen skal jeg gjør rede for de ulike bakgrunnsvariablene. Som nevnt tidligere er disse: politiske holdninger, kjønn og alder, inntekt og utdanning. Disse er valgt ut med bakgrunn i hvilke faktorer som man vet påvirker holdninger til klima. Selv om min oppgave dreier seg om mediebruk, er det naturlig å se det hele bilde av et fenomen. Ingenting kan forklares med bare å se på et fenomen i et lukket rom. Ved å gi plass til bakgrunnsvariablene, har jeg etablert konteksten før vi går videre på mediebruk, som virkelig er den mest spennende delen i oppgaven. Den første bakgrunnsvariablen jeg skal presentere er politiske holdninger.

¹ Sum av «veldig alvorlig» og «ekstremt alvorlig»

² Sum av «veldig alvorlig» og «ekstremt alvorlig»

6.3.1 Klimaholdninger og politiske holdninger

Den første bakgrunnsvariabelen er politiske holdninger, nærmere bestemt hvor folk plasserer seg på høyre/venstre akse. Klimaendringer har blitt politikk (Shi et.al 2020, 2), og de ulike sidene har valgt ståsted (McCright, Dunlap og Marquart-Pyatt 2016, 344). I litteraturen som omhandler politiseringen av klimaendringer kommer det frem at de på høyresiden i mindre grad tror på menneskeskapte klimaendringene sammenlignet med venstresiden (Pearson et al. 2017, 19). Det er derfor naturlig å tenke at folk som plasserer seg selv som på høyresiden er mer tilbøyelig til å mene at klimaendringer er mindre alvorlige enn de som plasserer seg på venstresiden.

Som nevnt tidligere er denne variabelen utfordrende å bruke, da det å være på venstresiden i norsk politikk betyr noe annet enn å være på venstresiden i Storbritannia. Men, det finnes en felles idé og forståelse av hvordan denne skalaen skal fungere. Selv om det er forskjeller mellom, la oss si, Norge og Storbritannia når det kommer til høyre/venstre, betyr det ikke at denne skalaen ikke gir oss noe informasjon. Når man sammenligner to partier på venstresiden er de ulike fra land til land, men de er fortsatt på venstresiden i sin respektive politiske offentlighet. Tabell 6.4 tar for seg sammenhengene mellom hvor folk plasserer seg på høyre/venstre akse og holdninger til klimaendringer. Tabellen tolkes med forbehold om at de ulike landene er ulike når det kommer til politikk.

Tabell 6.4: Politikk og syn på klimaendringer. Gjennomsnitt for totalt 10 europeiske land

	Some people talk about 'left', 'right' and 'centre' to describe parties and politicians. (Generally, socialist parties would be considered 'left wing' whilst conservative parties would be considered 'right wing'). With this in mind, where would you place yourself on the following scale?								
Hvor alvorlig (om i det hele tatt) mener du at problemet med klimaendringer er?	Langt til venstre	venstre	Venstre for sentrum	Sentrum	Vet ikke	Høyre for sentrum	Høyre	Langt til høyre	Totalt
Ikke alvorlig	2%	1%	1%	3%	3%	5%	7%	24%	4%
Ikke så veldig alvorlig	4%	3%	5%	7%	7%	11%	15%	16%	7%
Vet ikke	2%	1%	1%	3%	10%	2%	2%	3%	3%
Litt alvorlig	13%	13%	16%	22%	20%	27%	27%	19%	21%
Veldig alvorlig	21%	27%	31%	29%	26%	27%	25%	15%	27%
Ekstremt alvorlig	59%	56%	45%	37%	34%	27%	24%	23%	38%
Totalt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Cramèrs V = 0.16

Data: Reuters 2020

Tabellen viser, som forventet, at folk på venstresiden mener at klimaendringene er veldig alvorlige. Så går prosenten gradvis nedover jo lengre mot høyre man kommer. Det er likevel

flest som mener at klimaendringer er alvorlige, med 65% av utvalget som mener at klimaendringer er ekstremt alvorlige eller veldig alvorlige. Foruten om en større gruppe som beskriver seg selv som langt til høyre, er det veldig få som mener at klimaendringene ikke er alvorlige. Det er også klart flere på høyresiden som mener at klimaendringene ikke er så alvorlige. Dette stemmer overens med tidligere funn (McCright, Dunlap og Marquart-Pyatt 2016; Pearson et al. 2017; Poortinga et al, 2019).

6.3.2 Klimaholdninger inntekt

Klimaendringer rammer, disproporsjonalt, de fattigste (Pearson et al. 2017, 12). Fattige blir mer påvirket av effekten av klimaendringer, da de ikke er godt nok rustet til å beskytte seg mot disse endringene (Pearson et al. 2017, 13).

Tabell 6.5 *Inntekt og syn på klimaendringer Gjennomsnitt for totalt 10 europeiske land*

<i>Hvor alvorlig (om i det hele tatt) mener du at problemet med klimaendringer er?</i>	Inntekt			
	Lav	Medium	Høy	Totalt
Ikke alvorlig	4%	3%	4%	6%
Ikke så veldig alvorlig	7%	7%	5%	7%
Vet ikke	4%	2%	2%	3%
Noe alvorlig	20%	21%	20%	20%
Alvorlig	26%	29%	30%	28%
Veldig alvorlig	39%	38%	38%	38%
Totalt	100%	100%	100%	100%

Cramér's V = 0.0421

Data: Reuters 2020

Tidligere forskning viser til en svak, men positiv, korrelasjon mellom lav inntekt og bekymring for menneskeskapte klimaendringer (Pearson et al. 2017, 13). Mine funn bygger ikke opp under dette. Noe som kan forklares med at mye av den tidligere forskningen er gjort i USA, og at de funnene ikke er forenelig med den Europeiske konteksten.

6.3.3 Klimaholdninger. Kjønn og alder

De neste to bakgrunnsvariablene er alder og kjønn. Eldre er mer opptatt av å beholde de etablerte samfunnsstrukturene. Å imøtegå effekten av klimaendringer krever endring i samfunnet, noe som kan være utfordrende for de eldre å akseptere (Poortinga et al, 2019, 26). Klimaendringer har også blitt et tema i grunnskolen i de senere årene, noe som også kan forklare hvorfor unge er mer opptatt av klimaendringer (Poortinga et al, 2019, 26). Med utgangspunkt i dette kan det tenkes at unge opplever klimaendringer som mer alvorlige.

Kjønn er også et viktig aspekt. Kvinner er typisk mer bekymret for effekten av klimaendringer, noe som kan komme av at de er mer utsatt av effekten av klimaendringer fordi de har større finansiell usikkerhet sammenlignet med menn (Pearson et al. 2017, 19).

Tabell 6.6: Alder og syn på klimaendringer. Gjennomsnitt for totalt 10 europeiske land

Hvor alvorlig (om i det hele tatt) mener du at problemet med klimaendringer er?	Alder						Totalt
	18-25 år	26-35 år	36-45 år	46-55 år	56-65 år	66-96 år	
Ikke alvorlig	3%	3%	3%	5%	4%	5%	4%
Ikke så veldig alvorlig	7%	7%	7%	8%	7%	9%	7%
Vet ikke	5%	4%	5%	3%	2%	2%	3%
Noe alvorlig	17%	20%	21%	22%	20%	23%	21%
Veldig alvorlig	24%	28%	27%	26%	29%	28%	27%
Ekstremt alvorlig	44%	38%	34%	37%	38%	34%	38%
Totalt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Cramèrs V = 0.045

Data: Reuters 2020

Tabell 6.4 viser at det er flere unge som mener at klimaendringene er et alvorlig problem, men det er ikke en overveldende forskjell. Nesten 50% av personene i gruppen 18-25 år mener at klimaendringer er ekstremt alvorlig. For de resterende gruppene ligger de et sted mellom 38-34% som mener at klimaendringene er ekstremt alvorlig.

Tabell 6.7: *Kjønn og syn på klimaendringer. Gjennomsnitt for totalt 10 europeiske land*

	Kjønn		Totalt
	Mann	Kvinne	
<i>Hvor alvorlig (om i det hele tatt) mener du at problemet med klimaendringer er?</i>			
Ikke alvorlig	5%	2%	4%
Ikke så veldig alvorlig	10%	6%	7%
Vet ikke	3%	4%	3%
Noe alvorlig	22%	19%	21%
Veldig Alvorlig	26%	29%	27%
Ekstremt alvorlig	34%	41%	38%
Totalt	100%	100%	100%

Cramèrs V = 0.13

Data: Reuters 2019

Tabell. 6.5 viser at kvinner i større grad mener at klimaendringer er et alvorlig problem, og at menn mener i større grad at det ikke er et så stort problem. Jeg hadde forventet at det skulle være et større skille mellom menn og kvinner. Denne forventingen kan komme av at forskningen er gjort i USA, og i Europa er kjønnene mer likestilt. Når man kontrollerer for verdier er det ikke noen forskjeller mellom kjønnene (Poortinga et al, 2019, 26), noe som kan tyde på at det er et rent økonomisk skille mellom kjønnene som avgjør. Et skille som ikke er like stort i Europa.

6.3.4 Klimaholdninger og utdanning

En av de tydeligste indikatoren på folks syn på klimaendringer er utdanning, en indikator som er typisk for hele verden (Pearson, 2017, 14). De som har mer formell utdanning viser en større bekymring knyttet til klimaendringer (Poortinga et al, 2019, 26). Det kan derfor tenkes at dette også er typisk for mitt utvalg, at jo mer utdanning jo mer alvorlig mener man klimaendringene er.

Tabell 6.8: Utdanning og klima Gjennomsnitt for totalt 10 europeiske land

Hvor alvorlig (om i det hele tatt) mener du at problemet med klimaendringer er?	Utdanning				Totalt
	Grunnskole	Videregående	Bachelor	Master eller høyere	
Ikke alvorlig	4%	4%	3%	4%	4%
Ikke så veldig alvorlig	7%	8%	6%	7%	7%
Vet ikke	5%	3%	2%	2%	3%
Noe alvorlig	22%	22%	18%	17%	21%
Alvorlig	27%	27%	29%	29%	27%
Veldig alvorlig	36%	36%	42%	42%	38%
Totalt	100%	100%	100%	100%	100%

Cramers V = 0.05

Data: Reuters 2019

Tabel.6.7 viser at det er en sammenheng mellom høyere utdanning og hvor et syn på klimaendringer som alvorlig. Der er verdt å nevne at det er liten til ingen forskjell mellom bachelor og master eller høyere. Det samme gjelder for grunnskole og videregående, eller tilsvarende. Det betyr at det er et skille mellom de som har høyere utdanning og de som ikke har det.

6.4 Syn på klimaendringer og mediebruk

Målet med studien er å se om nyhetsbruk påvirker folks syn på hvor alvorlig klimaendringene er. Til nå har jeg gått gjennom faktiske klimaendringer og ekstreme hendelser og vist at det ikke har så mye å si for folks holdninger til klimaendringer, samt gitt et overblikk over bakgrunnsvariablene og hvordan de samspiller med folks syn på klimaendringer. Videre skal denne studien ta for seg samspillet mellom nyhetsbruk og hvor alvorlig folk mener klimaendringene er. Som nevnt er nyhetsmedia den viktigste kilden til informasjon om klimaendringer (Painter, Kristiansen og Schäfer 2018, 1), men hvor avgjørende er nyhetsbruken for holdninger til klimaendringer? Vil det å ha TV-nyheter som sin hovedkilde til nyheter føre til at man ser på klimaendringene som mer alvorlig? Er mengden nyheter man konsumerer avgjørende for hvor alvorlig man opplever klimaendringene? Er sosiale media en innflytelsesrik kilde til informasjon om klimaendringer? Hvordan er effekten av nyhetsbruk på holdninger til klima? Dette skal jeg prøve å finne ut av ved hjelp av to regresjonsanalyser. Den første tar for seg den statistiske effekten mengden nyheter og hovedkilde til nyheter har på folks syn på

klimaendringer. Den andre regresjonsanalysen tar for seg medievariablene og bakgrunnsvariabler.

6.4.1 Mediebruk

Før jeg presenterer den første regresjonstabellen skal jeg gå litt i dybden på forklaringsvariablene. Den første er mengden nyhetskonsument. Denne variabelen sier noe om hvor ofte en person oppsøker nyheter i løpet av uken. Tabellen 6.8 viser at en gjennomsnittlig britisk person oppsøker nyheter ca. 20 ganger i uken, tilsvarende ca. 2 ganger om dagen. Mens en gjennomsnittlig svenske oppsøker nyheter ca. 40 ganger i uken, tilsvarende 5 ganger om dagen. Det er mange grunner til at folk oppsøker nyheter, men det kan tenkes at de som gjør det ofte er mer bevisst sin samfunnsrolle og er mer opptatt av samfunnet de lever i. Og, hvis du bruker mye nyheter, er sannsynligheten for at du får med deg mer av klimajournalistikken stor.

Tabell 6.9: Gjennomsnitt av nyhetskonsument i 10 europeiske land

	Gjennomsnitt	Standardavvik
Norge	26.95	22.44
Sverige	40.58	25.91
Tyskland	23.78	21.01
Østerrike	24.31	21.33
UK	20.81	19.02
Irland	24.12	21.83
Italia	27.98	23.07
Spania	21.55	20.45
Polen	34.08	24.38
Ungarn	24.35	22.55

Data: Reuters 2020

Den neste mediebruksvariabelen er hovedkilden til nyheter. TV-nyheter er den mest brukte hovedkilden til nyheter i de fleste av landene i utvalget, unntaket er Norge, Sverige og Storbritannia hvor aviser er den mest brukte hovedkilden. Disse tre landene har en sterk avislesningskultur, så det at aviser er den mest brukte hovedkilden her er ikke noen overraskelse. Med TV-nyheter menes nyhetsprogrammer, og er ikke det samme som nyhetskanaler som er en 24-timers nyhetskanal. Sosiale medier er den tredje mest vanlige hovedkilden. Det er også verdt å merke seg at 1/5 av den britiske befolkningen får sine nyheter fra nett-tv og nett-radio. I Polen og Ungarn er det en betydelig del som får sine nyheter fra andre nyhetskilder på nett.

Tabell 6.10: Fordeling av hovedkilder til nyheter i 10 europeiske land

Land	Hovedkilde								Totalt
	TV-nyheter	Nyhetskanal	Radio	Aviser	Magasin	Nettside til radio og tv	Alternative kilder	Sosiale media	
Norge	27%	6%	7%	31%	3%	11%	3%	13%	100%
Sverige	29%	2%	8%	34%	2%	7%	5%	12%	100%
Tyskland	36%	6%	12%	16%	9%	5%	6%	11%	100%
Østerrike	31%	3%	16%	29%	3%	5%	2%	12%	100%
UK	22%	8%	10%	23%	1%	21%	2%	13%	100%
Irland	23%	9%	12%	19%	3%	9%	6%	20%	100%
Italia	35%	16%	4%	10%	2%	6%	8%	18%	100%
Spania	31%	9%	7%	21%	2%	6%	4%	20%	100%
Polen	22%	26%	5%	7%	2%	6%	16%	17%	100%
Ungarn	38%	6%	4%	7%	5%	4%	12%	25%	100%
Totalt	29%	9%	9%	20%	3%	8%	6%	16%	100%

Cramèrs V = 0.17

Data: Reuters 2020

6.4.2 Regresjonsanalyse av mediebruk og syn på klimaendringer

Målet med denne studien er å se om det er en sammenheng mellom nyhetsbruk og syn på klimaendringer. Denne delen vil se om det er en slik sammenheng ved å teste for om det er en statistisk effekt av nyhetsbruk på syn på klimaendringer. Formålet med en regresjonsanalyse å prøve å tallfeste påvirkningen av en eller flere variabler har på en avhengigvariabel. I min oppgave er det snakk om hvordan nyhetsbruk kan forklare holdninger til klimaendringer. Regresjonene viser den isolerte effekt av nyhetskonsument og kilder til nyheter har på holdninger til klima. For å gjenta så omhandler den avhengige variabelen hvor alvorlig folk opplever klimaendringene. Her har respondenten blitt bedt om å svare på spørsmålet «*Hvor alvorlig (om i det hele tatt) mener du at problemet med klimaendringer er?*». De har rangert alvorlighetsgraden fra 0-5, hvor 0 er «ikke alvorlig» og 5 er «ekstremt alvorlig». Forklaringsvariablene er nyhetskonsument og hovedkilde til nyheter. Nyhetskonsument er hvor mange ganger i uken man konsumerer nyheter og hovedkilde til nyheter er hvilken kilde man bruker mest. TV-nyheter blir her brukt som referansekategori (konstantledd) og alle de andre mediekategoriene måles opp mot denne.

Tabell 6.11: OLS regresjon, nyhetsbruk og syn på klimaendringer. Beta-verdier i parentes

	NOR	SVE	TYS	OST	UK	IRL	ITA	SPA	POL	UNG
Nyhetskonsum	.0077 (.039)	-.0049*** (.015***)	.0011 (.010)	.00095 (.014)	.0026 (.039)	.0044*** (.079***)	.0020 (.041)	.024 (.043)	.0023** (.016**)	.00049 (.011)
Hovedkilde										
Konstantledd (TV-nyheter)	2.87*** (.00)	3.65*** (.00)	3.67*** (.00)	3.64*** (.000)	3.78*** (.000)	3.96*** (.000)	4.15*** (.000)	4.19*** (.000)	3.89*** (.000)	4.29*** (.000)
Nyhetskanal	-.079 (-.012)	-.82** (-.073**)	-.72*** (-.115***)	-.32 (-.040)	-.026 (-.006)	-.14 (-.033)	-.053 (-.017)	.040 (.010)	-.025 (-.009)	-.32** (-.073**)
Radio	.057 (.010)	-.090 (-.015)	-.017 (-.004)	-.047 (-.012)	.23* (.052*)	-.13 (-.034)	-.27* (-.046*)	-.38*** (-.086***)	-.19 (-.035)	-.24* (-.048*)
Aviser	.26** (.079**)	-.12 (-.035)	-.21* (-.052*)	-.20* (-.065*)	-.12 (-.039)	-.11 (-.035)	.058 (.016)	-.051 (-.019)	-.054 (-.011)	-.18 (-.046)
Magasin	.045 (.005)	-.64* (-.049*)	-.025 (-.005)	-.24 (-.029)	-.18 (-.016)	-.19 (-.026)	-.27 (-.032)	-.75*** (-.096***)	-.94*** (-.106***)	.19 (-.043)
Nett tv og radio	.35** (.072**)	-.11 (-.017)	-.066 (-.010)	-.16 (-.025)	.17 (.053)	-.093 (-.021)	-.20 (-.043)	-.20 (-.045)	-.13 (-.025)	-.066 (-.013)
Andre nyhetskilder på nett	-.22 (-.024)	-1.21*** (-.157***)	-.44** (-.066**)	-.22 (-.021)	-.19 (-.022)	-.12 (-.022)	-.025 (-.006)	-.17 (-.030)	-.093 (-.028)	.0091 (.003)
Sosiale media	-.057 (-.012)	-.74*** (-.147***)	-.60*** (-.128***)	-.34** (-.078**)	.042 (.011)	.012 (-.004)	-.22** (-.076**)	-.17* (-.061*)	-.25** (-.077**)	-.087 (-.037)
R2	0.012	0.047	0.027	0.008	0.010	0.008	0.010	0.018	0.016	0.012
N	1966	2017	1935	1962	1916	1971	1966	1928	1962	1973

* p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

Data: Reuters 2020

Den statistiske effekten av nyhetsbruk varierer mellom landene, men det er likevel noen gjennomgående mønstre. Koeffisientene viser de kontrollerte endringene i effekt på holdninger til klima, som varierer fra 0-5. For det første så viser tabellen at desto mer nyheter man konsumerer desto mer sannsynlig er det at man oppfatter klimaendringene som alvorlig. Dette passer til forventningen om at de som konsumerer mye nyheter er mer opptatt av samfunnet. Men effekten er svært svak. I Sverige er denne effekten negativ, som vil si at jo mer nyheter man konsumerer vil føre til en nedgang i hvor alvorlig man oppfatter klimaendringene.

Videre så kommer det frem at de som bruker TV-nyheter som sin hovedkilde til nyheter mener at klimaendringer er mer alvorlig sammenlignet med andre hovedkilder. Dette er som forventet, siden måten TV rapporterer om klima ofte er knyttet til katastrofevinklingene og bruk av visuell fremstilling. Nesten samtlige andre hovedkilder fører til at man i mindre grad opplever klimaendringene som alvorlige, sammenlignet med TV. Særlig sosiale media, nyhetskanaler og magasiner som hovedkilde fører til at man i mindre grad mener klimaendringene et alvorlig problem.

Sosiale media som hovedkilde er den hovedkilden som gjennomgående har signifikant effekt. De andre hovedkilden som har signifikant effekt, har det bare i noen få tilfeller, sosiale media har det i 6 av 10 land. Effekten er som regel negativ, altså det å ha sosiale media som sin

hovedkilde fører til at man i mindre grad opplever klimaendringer som alvorlige sammenlignet med TV. I Storbritannia og Irland er effekten positiv, men med svært liten styrke.

Funne er stort sett lik for alle land, med uttak av hvilke variabler som er signifikant. Norge er et tydelig avvik her. Norge ligger mye lavere på TV-nyhets sammenlignet med de andre landene. Og de andre hovedkildene, foruten om «nyhetskanal», «andre kilder å nett» og «sosiale media», fører til at man i større grad opplever klimaendringen som mer alvorlig enn de som bruker TV-nyheter som sin hovedkilde.

En kritikk av disse funnene er nettopp at de kan beskrive gruppen som bruker media og ikke effekten av mediebruk. Jevnt over kan man se noen systematiske sammenhenger mellom mediebruk og holdninger til klimaendringer. Er dette tilfeldig og bare noe spuriøse sammenhenger som egentlig handler om hvilke grupper det er som bruker disse nyhetskildene? Ofte holder det ikke å bare se på enkelt fenomener, det er nødvendig å se på det samlede effekt mellom individer, grupper og samfunn. For å gi et bedre svar må en inkludere bakgrunnsvariablene i regresjonen.

6.4.2 Regresjonsanalyse av nyhetsbruk og syn på klimaendringer med kontrollvariabler

Det er viktig å ha i bakhodet at valget av hovedkilde og hyppighet i nyhetskonsum ofte henger sammen med bakgrunnsvariablene. Faktorer som alder, kjønn, utdanning og politisk tilhørighet kan spille inn på hvilke medier man bruker, hvor mye man konsumerer og hvilket syn man har på klima. Mediavaner er ikke en fast greie, men varierer fra gruppe til gruppe. Unge bruker mer tid på nett og på sosiale medier, mens eldre ofte leser papiravis. Hva man benytter som sin hovedkilde baserer seg også på sosial bakgrunn, utdanning og politisk tilhørighet. Funnene i tabell 6.10, selv om de er signifikante, kan være spuriøse. Funnene kan si noe om grupper som konsumerer ulike nyheter, istedenfor å si noe om effekten det nyhetskonsumet har.

Tabell 6.12: OLS regresjon. Nyhetsbruk og syn på klimaendringer, kontrollert for bakgrunnsvariabler. Beta-verdier i parentes

	Norge	Sverige	Tyskland	Østerrike	UK	Irland	Italia	Spania	Polen	Ungarn
Hovedkilde										
Konstantledd (TV-nyheter)	4.23*** (.000)	4.90*** (.000)	4.33*** (.000)	4.45*** (.000)	4.58*** (.000)	3.70*** (.000)	4.21*** (.000)	4.41*** (.000)	3.83*** (.000)	3.98*** (.000)
Nyhetskanal	-.20 (-.031)	-.72** (-.066**)	-.71*** (-.115***)	-.40* (-.050*)	-.072 (-.016)	-.13 (-.030)	-.038 (-.013)	0.040 (.010)	-.061 (-.022)	-.34*** (-.079***)
Radio	-.20 (-.033)	-.24 (-.040)	-.12 (-.026)	-.0017 (-.0000)	.052 (.012)	-.17 (-.045)	-.027 (-.050)	-.29** (-.067**)	-.056 (-.010)	-.20 (-.041)
Aviser	-.034 (-.010)	-.16 (-.047)	-.27** (-.069**)	-.26** (-.083**)	-.21* (-.069*)	-.14 (-.046)	-.0044 (-.001)	-.044 (-.016)	-.020 (-.042)	-.15 (-.039)
Magasin	-.42 (-.045)	-.52 (-.041)	-.13 (-.026)	-.48* (-.060*)	-.20 (-.017)	-.15 (-.021)	-.037 (-.045)	-.63*** (-.083***)	-.088*** (-.102***)	.17 (.038)
Nett tv og radio	-.0099 (-.002)	-.21 (-.034)	-.26 (-.040)	-.33* (-.051*)	.041 (.013)	-.066 (-.015)	-.020 (-.044)	-.043 (-.009)	-.022 (-.039)	-.095 (-.018)
Andre nyhetskilder på nett	-.14 (-.015)	-.97*** (-.123***)	-.33* (-.051*)	-.24 (-.022)	-.23 (-.027)	-.092 (-.017)	-.017 (-.004)	-.021 (-.038)	-.010 (-.032)	.045 (.018)
Sosiale medier	-.44*** (-.094**)	-.69*** (-.131***)	-.51*** (-.106***)	-.46*** (-.057*)	-.30* (-.078*)	0.022 (-.007)	-.15 (-.053)	0.12 (.042)	-.19* (-.057*)	-.0056 (-.002)
Nyhetskonsum	.0034* (.049*)	.00065 (.010)	-.000057 (-.008)	.0015 (.023)	.0021 (.029)	.0029* (0.051*)	0.0023 (0.047)	0.0023 (0.042)	.0019 (.023)	-.0010 (-.049*)
Politisk interesse	.076** (.062*)	-.070** (-.060**)	.086** (.082**)	.093*** (.088**)	.067** (.071**)	0.019 (0.023)	0.019 (0.025)	0.029 (0.039)	.037 (.034)	.11*** (.062*)
Høyre-venstre	-.28*** (-.353***)	-.31*** (-.393***)	-.25*** (-.268***)	-.22*** (-.259***)	-.24*** (-.326***)	-.10*** (-.0137***)	-.087*** (-.0136***)	-.15*** (-.0247***)	-.14*** (-.208***)	-.088*** (-.353***)
Age2	.00011 (.119)	.00021** (.224**)	.000047 (.051)	.000056 (.058)	.00014* (.184*)	.00012 (0.140)	-.0000055 (-.0071)	-.0000031 (-.0039)	-.0000024 (-.003)	-.000094 (-.131)
Alder i tiår	-.25** (-.264**)	-.26*** (-.268***)	-.089 (-.097)	-.11 (-.128)	-.16* (-.208*)	-.079 (-.096)	.054 (0.071)	0.061 (0.081)	.023 (.030)	.11 (.161)
Kvinne	.28*** (.089***)	.59*** (.157***)	.25*** (.086***)	.43*** (.155***)	.42*** (.160***)	.017** (0.071**)	.20*** (0.092***)	0.17** (0.077**)	.36*** (.147***)	.20*** (.099***)
Inntekt	.078 (.032)	.19*** (.082***)	0.094 (.046)	-.0042 (-.002)	.048 (.028)	.18*** (0.100***)	.046 (0.028)	-.030 (-.020)	.13** (.073**)	.026 (.016)
Utdanning										
Grunnskole	0 (.000)	0 (.000)	0 (.000)	0 (.000)	0 (.000)	0 (.000)	0 (.000)	0 (.000)	0 (.000)	0 (.000)
Videregående	.046 (.015)	.024 (.007)	.65 (.022)	-.089 (-.030)	0.044 (.017)	0.29** (.067)	0.094 (.042)	.011 (.005)	.073 (.028)	0.14* (.066*)
Bachelor	.48*** (.116***)	.28* (.061*)	.010 (.002)	-.018 (-.003)	0.22* (.075*)	0.30* (.099***)	0.021 (.004)	0.22** (.073**)	.037 (.008)	0.10 (.029)
Master eller høyere	.59*** (.132***)	.26 (.048)	-.010 (-.002)	.15 (.033)	0.29* (.070*)	0.18*** (.071*)	-.015 (-.040)	0.077 (.016)	.054 (.017)	.026 (.033)
R2	0.214	0.268	0.114	0.124	0.180	0.049	0.041	0.092	0.096	0.073
N	1583	1674	1597	1619	1463	1723	1622	1731	1780	1824

* p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

Data: Reuters 2020

De store spørsmålet nå er hvorvidt funnene fra tabell 6.10 består etter at jeg har kontrollert for bakgrunnsvariablene. Og svaret er for det meste ja. I alle landene, bortsett fra Norge, har de aller fleste medievariablene samme effekt. Unntakene er sosiale media i Spania, denne variabelen har gått fra å ha en negativ effekt til å ha en positiv effekt. Nyhetskonsument i Sverige, Tyskland og Ungarn har endret seg. I Sverige har det gått fra å negativ til positiv og i de to andre har denne blitt negativ.

Norge skiller seg som sagt ut. Når jeg legger til kontrollvariablene endret konstantleddet seg til å bli ganske høyt, og samtlige medievariabler ble negative. Dette kan tyde på at i Norge så forklarer bakgrunnsvariablene mer av holdninger til klimaendringer, enn i de øvrige landene.

Effekten av kontrollvariablene er som forventet. Mer politisk interesse fører til at synet på klimaendringer i samtlige land, bortsett fra i Sverige, er mer alvorlige. Det kan tenkes at nyhetskonsument og politisk interesse vil gi noen av de samme resultatene, da begge to kan tolkes som indikatorer på hvor interessert du er i samfunnet. I min analyse er ikke disse to så like som jeg hadde forventet. I Norge er begge to signifikant, mens i Sverige er kun den ene signifikant og den har en negativ effekt. I Tyskland er de også ulike og det samme gjelder Ungarn. Alt i alt er politisk interesse mer signifikant en nyhetskonsument.

Hvor man legger seg på høyre/venstre akse virker også å spille en rolle. Folk på venstresiden sitt syn på klimaendringer er mer alarmistisk en folk på høyresiden. Dette er signifikant i alle landene. Dette stemmer med litteraturen om holdninger til klima der det kommer frem at folk på venstresiden mener at klimaendringer er et større problem enn de på høyresiden.

I alle land, bortsett fra i Italia, Spania, Polen og Ungarn, mener yngre folk at klimaendringer er et større problem enn de eldre mener. Dette er signifikant i Norge, Sverige og Storbritannia. En mulig grunn til dette er at klimaendringer går ut over «de unges femtid». Kvinner mener også at klimaendringer er et større problem enn menn, noe som er signifikant i alle land. I de fleste land er det folk med høyere lønn som mener at klimaendringer er mer alvorlig, unntaket her er Østerrike og Spania.

Inntekt spiller også en sentral rolle i en del land. Jo mer man tjener, jo mer alvorlig synes man klimaendringene er. Dette er signifikant i Sverige, Irland og Polen. I Østerrike og i Spania er det motsatt. Desto mindre man tjener desto mer alvorlig opplever man klimaendringene.

Utdanning har, som forventet, også en positiv effekt på klimavariabelen. Altså desto høyere utdanning desto mer seriøst oppfatter man klimaendringene. I Norge, Sverige og Storbritannia

er dette signifikant på bachelornivå og masternivå eller høyere. I Irland er dette signifikant på alle nivå. I Spania er dette bare signifikant på Bachelornivå og i Ungarn er det bare signifikant på videregående-nivå eller tilsvarende. I Østerrike har videregående og bachelor en negativ effekt. Det samme gjelder master eller høyere i Italia og videregående i Spania. I disse tilfellene vil dette nivået i utdanningen føre til at synet på klimaendringer går i en retning av mindre alvorlig.

I det store og det hele er tabell 6.10 og 6.11 ganske like, noe som kan tyde på at nyhetsbruk har en viss effekt på holdninger til klimaendringer, selv etter at de er kontrollert for bakgrunnsvariabler. Det ene unntaket er Norge. De fleste medievariablene endres mye når jeg kontrollerer for bakgrunnsvariabler. Dette kan tyde på at bakgrunnsvariablene forklarer mer av nordmenns holdning til klimaendringene enn nyhetsbruk gjør. Men, for de resterende landene er det ikke så store endringer.

6.5 Diskusjon

Hvor sannsynlig er det at nyhetskonsument påvirker folks syn på klimaendringer? Det skal dette kapitlet drøfte. Studien har vært preget av begrensningen på tilgjengelige variabler, og en del uvissheter om hvor gode disse variablene er. Tross disse begrensningene viser likevel analysen noen sammenhenger mellom nyhetsbruk og syn på hvor alvorlige klimaendringer er. Strukturen på dette kapitlet følger de tre forskningsspørsmålene, som ble presentert i litteraturgjennomgangen. For ordenskyld er disse:

- 1) Er det en sammenheng mellom folks nyhetskonsument og holdninger til klima?
- 2) Er det en sammenheng mellom folks hovedkilde til nyheter og klimaholdninger
- 3) hvordan varierer effektene av nyhetsbruk fra land og mediesystem i Europa.

6.5.1 Omfanget av folks nyhetskonsument og holdninger til klimaendringer

Dette forskningsspørsmålet bygger på en idé om at jo mer nyheter man konsumerer jo mer informert blir man om klimaendringer, som igjen kan føre til en forventning om at man opplever klimaendringene som mer alvorlig. Nyhetsmediene er den mest brukte kilden til informasjon om klimaendringer (Kundzewicz, Painter og Kundzewicz 2019, 366). Et minimums krav til media er at de har ansvar om å informere om ting som er viktig for allmenheten (Stömbäk 2005, 338), og klimaendringer er ikke bare et individuelt problem, men et globalt problem det haster å få løst (van der Linden, Leiserowitz og Maibach, 2019, 4).

Fremveksten av internett har ført til at folk velger bort nyheter (Aalberg og Curran, 2012, 3), og da kanskje også velger bort viktig informasjon. For å holde på leseren velger mediene ut innhold som skal trekke lesere, noe som kan føre til en del utfordringer når det gjelder hvilken informasjon som kommer ut til folket. Likevel er ikke dette så typisk for klimajournalistikken, eller den vitenskapelige journalistikken for øvrig. I dette feltet fungerer journalisten som en nøytral leverandør av innhold og som en oversetter av forskningen (Schäfer og Painter, 2020, 9).

Man kan derfor forvente at de som konsumerer mye nyheter kan oppleve klimaendringene som mer alvorlig. Regresjonsanalysen gir en forsiktig støtte til hypotesen. I alle land, med unntak av Tyskland, er det en positiv sammenheng mellom mengden nyheter man konsumerer og alvorlighetsgraden man har til klimaendringene. Effekten er bare signifikant i Norge og Irland. At den signifikante effekten er fraværende i mange land kan skyldes flere ting. Kanskje er hyppigheten, som drøftet i metodekapittelet, et problematisk mål på mengden nyheter man konsumerer? En annen nærliggende forklaring er at hvor mye nyheter man konsumerer rett og slett er mindre viktig enn hvilken type nyheter man konsumerer.

6.5.2 Hovedkilde til nyheter og holdninger til klimaendringen

Det kan tenkes at nyhetskilden man bruker er like viktig, om ikke viktigere, som mengden av nyheter man får med seg. Det er derfor nærliggende å tro at det er en sammenheng mellom folk hovedkilde til nyheter og holdninger til klimaendringer. I tillegg til å være en kilde til informasjon om klimaendringer, fungerer media også som en tolk (Schmidt, Ivanova og Schäfer, 2013, 1233). I tidligere forskning kommer det frem at nyheter spiller en viktig rolle som agendasetter, arena for debatt og meningsutveksling når det kommer til klimaendringer (Schmidt, Ivanova og Schäfer, 2013, 1233), og en arena hvor aktører kan produsere og reproducere meninger om klima. En viktig demokratisk rolle, og rolle de fortsatt har i dag (Schäfer og Painter, 2020, s. 2).

Dessverre gir ikke Reuters-dataene innsyn i hvor mye nyheter respondenten får med seg fra bestemte avsendere. Men gjennom spørsmålet om hvilke typer nyhetsmedium de har som sin hovedkilde har vi noe informasjon om dette. Vi vet, som nevnt tidligere, for eksempel at katastrofevinklingen av klimaendringer er den vanligste på TV da den passer spesielt godt bilde- og videoformatet (Painter 2014, 43). Regresjonsanalysen støtter hypotesen om at folks hovedkilde spiller inn på deres syn på klimaendringer. Et fellestrekk i alle land er at det å ha TV som hovedkilde til nyheter henger sammen med et syn på klimaendringer som mer alvorlig enn om man har andre kilder. Dette kan støtte påstanden om at de levende bildedekningene er

spesielt viktige. Effekten av å ha andre nyhetskilder virker å variere fra land til land. Det å ha «andre kilder på internett» som sin hovedkilde henger for eksempel tydelig sammen med et syn på at klimaendringer er mindre alvorlig i Sverige og Tyskland, men ikke i andre land. Dette kan skyldes at i Sverige og Tyskland har høyre-radikale nyhetskilder blitt et fast inventar i nyhetslandskapet (Heft et al. 2019, 21). Høyre-radikale nyhetsleverandører har tatt et tydelig kontrært standpunkt i klimadebatten, noe som kan forklare den sterke negative effekten denne variabelen har (Forchtner, Korneder og Wetzel, 2018, 590).

Aviser, som tradisjonelt sett har nytt godt av høy tillit, fører til at man sammenlignet med TV er mindre alarmert. Dette kan skyldes at klimadekkingen i pressen har mer fokus på usikkerhetsvinklingen (Painter, Kristiansen og Schäfer 2018, 2). God journalistikk blir ofte omtalt som nøytral og skal gi plass til alle synspunkt. Den skal kritisere etablerte institusjoner og fakta, og gi plass til kontrære meninger (Schäfer og Painter, 2020, s.11). Selv om de ofte benytter seg av katastrofevinklingen i overskriftene, er det i selve artiklene mer drøfting rundt et tema. Klimajournalistikken i pressen prøver å vise til den vitenskapelige usikkerheten i forskningen og til effekten av klimaendringene (Painter, Kristiansen og Schäfer 2018, 2). Avislesing gir også mer frihet. Man kan bruke så kort eller lang tid man vil, og man kan velge hva man ønsker å lese. Aviser går mer i dybden på saken og prøver ofte å forklare hvorfor ting skjer. De gir mer plass til forskning enn TV og er ikke så sensasjonalistiske som TV siden formatet ikke tillater det. Det kan derfor tenkes at de som bruker aviser som sin hovedkilde ikke er like alarmert som de som bruker TV som sin hovedkilde. Noe mine funn også viser.

Som vist til ovenfor er det i hovedsak unge som bruker sosiale media som sin hovedkilde til nyheter. Unge er også mer opptatt av klimaendringer, det kan derfor tenkes at det å ha sosiale media som sin hovedkilde kan henge sammen med et mer alvorlig syn på klimaendringene. Denne hypotesen støttes ikke av funnene fra regresjonsanalysen som viser at det er en sammenheng mellom sosiale media som hovedkilde og et syn på klimaendringer som mindre alvorlig.

Mulige forklaringer på dette kan være at sosiale media legger opp til en unik informasjonsflyt hvor brukernes vaner er viktigere for hvilken informasjon de får (Anderson 2017, 5). Sosiale media er mer algorit mestyrt sammenlignet med de andre hovedkilder, og man må aktivt gjøre et valg om å følge aktører som er opptatt av klimaendringer for å få innhold som omhandler klima i feeden (Kalsnes 2019, 116). Hvis man ikke aktivt søker opp informasjon om klimaendringer vil man heller ikke få så mye av det i feeden sin. Ikke alt innhold på sosiale media er redaksjonsstyrt, så innhold og informasjon kan i mange tilfeller være falskt eller preget

av desinformasjon (Kalsnes 2019, 113), noe som kan forklare hvorfor de som bruker sosiale media som sin hovedkilde opplever klimaendringen som mindre alvorlig enn de som bruker TV.

For å svare på spørsmålet: *Er det sammenheng mellom folks hovedkilde til nyheter og holdninger til klimaendringen?* så er det enkle svaret «ja»! Det mer komplekse svaret er at det varierer ut ifra hvilke kilder man har som sin hovedkilde, og hvilket land man kommer fra. Det er en tydelig sammenheng mellom det å bruke TV-nyheter som sin hovedkilde at ens syn på klimaendringene er mer alvorlig. Sosiale media som hovedkilde vil i de fleste land ha en sammenheng med at en mening om at klimaendringer er mindre alvorlige sammenlignet med TV. Dette er også et signifikant funn i de fleste land. Utover det er det få trender og mønster i de ulike hovedkildene.

6.5.3 Forskjeller mellom land og mediasystem i Europa?

Forskning tyder på at de ulike forskjellene på nasjonalt nivå ofte kommer av varierende representasjon i media av klimaendringer (Mo Jang og Hart 2015, 12). Mengden nyhetsdekning en sak får og hvordan media dekker denne saken kommer an på interne faktorer som journalistisk kultur, plass i pressen, størrelsen og ressursene til en medieorganisasjon, redaksjonelle prioriteringer, prioriteringene til eieren, eksterne faktorer, sosiale faktorer og offentlighetens interesse i saken (Kundzewicz, Painter og Kundzewicz 2019, 367).

I de demokratiske korporative landene, Tyskland og Østerrike, er det noen likhetstrekk. «Sosiale media» har en negativ statistisk signifikant effekt i begge landene. Det vil si at å ha sosiale media som sin hovedkilde i disse landene fører til at man i mindre grad mener klimaendringene er alvorlige sammenlignet med de som har TV-nyheter som sin hovedkilde. Videre har også «nyhetskanal» som hovedkilde en negativ signifikant effekt i begge landene, men noe kraftigere i Tyskland enn i Østerrike. Dette kan tyde på at nyhetsmedia i disse landene dekker klimaendringene på en ganske lik måte i disse to landene, og dette funnet taler for at det er likhetstrekk innad i mediasystemene. Det som taler imot en slik antagelse, er at det er flere signifikante funn i Østerrike enn i Tyskland. I tillegg til aviser, nyhetskanal og sosiale media, har også magasiner og nettsted for tv og radio signifikant effekt. Østerrike er det landet i dette utvalget som har flest signifikante medievariabler. Noen deler de med Tyskland, som jeg har nevnt ovenfor, mens de andre deler de med land på tvers av mediasystemene. Tyskland har også en hovedkilde som skiller seg ut, nemlig andre nyhetskilder på nett, som har en negativ signifikant effekt. Et funn de har til felles med Sverige.

I de skandinaviske landene er det ikke så mye som er likt mellom Norge og Sverige. Sosiale media har en signifikant negativ statistikk effekt i begge landene, en effekt som de har tilfelles med de demokratiske korporative landene. Det vil si at det å ha sosiale media som sin hovedkilde i de skandinaviske landene vil føre til at et syn på klimaendringer som mindre alvorlig sett i forhold til de som har TV-nyheter som sin hovedkilde.

«Sosiale media»-variabelen er den eneste signifikante effekten de to landene har til felles. I Sverige har det å ha nyhetskanal og andre nyhetskilder på nett som sin hovedkilde en negativ signifikant effekt på holdige til klima, noe de har tilfelles med Tyskland. Norge har ingen flere variabler som er signifikant, og nesten alle medievariablene endret seg når jeg kontrollerte for bakgrunnsvariablene. Dette kan tyde på at nyhetsmedia i Norge ikke spiller en så aktiv rolle når det kommer til nordmenns syn på klimaendringer, men at det er noe annet som ligger bak. Store endringer i koeffisienten, etter at jeg kontrollerte for bakgrunnsvariabelen, var bare tilfelle i Norge. Uten å spekulere for mye i hvorfor dette er tilfellet, kan det tenkes at spørsmålet som er brukt i undersøkelsen ikke er tilstrekkelig for å gi et bilde av den norske diskursen knyttet til klimaendringer. Sosiale medier er et mer internasjonalt medium, så det kan tenkes at grunnen til at denne variabelen er signifikant er fordi diskursen her er løftet vekk fra den norske konteksten.

Når det kommer til den liberale modellen, er det ikke så mange likheter mellom Storbritannia og Irland. I Storbritannia har sosiale media en negativ signifikant effekt. Sosiale media deler de med flere andre land, og aviser deler de med Tyskland og Østerrike. Irland har ingen signifikante medievariabler (hovedkildevariabel), og er et av få land i mitt utvalg hvor sosiale media ikke er signifikant. Ifølge tidligere forskning så er dekningen av klimaendringer i irske media relativt liten sammenlignet med resten av Europa (Fox og Rau 2017, 225). Noe som kan være en mulig forklaring på dette. Et litt interessant funn er at mengden nyheter man konsumerer har en positiv statistisk effekt i Irland, som et av få land. Dette kan tyde på at man må konsumere mye nyheter for å få med seg det som er av klimadekning.

Det er heller ikke så mange likheter mellom landene i den polariserte pluralistiske modellen. Sammen med Irland, har Italia ingen signifikante medievariabler. Og i motsetning til Irland har mengden nyheter man konsumerer ikke effekt. Dette funnet kan muligens forklares med lite dekning i Irland, mens media i Italia har et fokus på effekten av klimaendringer, så dette er et underlig funn. I Spania har radio en negativ signifikant effekt, sammenlignet med TV-nyheter, et funn som er unikt for Spania. Videre så har magasin også en negativ signifikant effekt. Verken i Italia eller i Spania har sosiale media en signifikant effekt.

I det øst-europeiske systemet er de også variasjoner mellom landene. I Ungarn er nyhetskanal som hovedkilde den eneste hovedkilden til nyheter som har en signifikant effekt på holdninger til klima. Dette har de ikke til felles med sin mediesystempartner Polen, men de har det til felles med Sverige, Tyskland og Østerrike. Land som Ungarn ellers ikke har så mye til felles med. I Polen, som i Spania, er magasiner en nyhetskilde som har en signifikant negativ effekt på holdninger til klimaendringer. Magasiner i Polen har tatt en tydelig kontrær rolle i klimadebatten, noe som kan forklare den sterke negative effekten magasiner har på klimavariabelen i Polen (Kundzewicz, Painter og Kundzewicz, 2019, 371). Når det kommer til Spania, har jeg ikke funnet noe som sier noe om magasiners rolle, men det kan tenkes at de har tatt samme rolle som de polske magasinene, siden effekten er såpass lik.

I spørsmålet om *Hvordan varierer effekten av omfanget av nyhetsbruk og hovedkilde til nyheter mellom land og mediesystem i Europa?* er svaret at det er noen variasjoner, men et fåtall av disse er mellom mediesystemene. Det er bare den demokratiske korporative modellen som har en del likheter innad i modellen, de øvrige modellene har ikke like mye til felles. Det blir derfor vanskelig å si noe om variasjoner mellom mediesystem, da mye tyder på at dette ikke er en tilstrekkelig måte å dele inn land basert på medias rolle når det kommer til klimajournalistikk. Det er noe variasjon mellom land, men igjen er det ikke noen tydelige mønster og trender. Den mest iøynefallende likheten mellom landene er at sosiale medier viker å spille en sentral rolle i flere land. Utover det er det stor variasjon mellom hvilke hovedkilder som virker å spille en signifikant rolle når det kommer til holdninger til klima i de ulike landene.

6.5.4 Oppsummering

Regresjonsanalysen gir noen signifikante funn for hypotesen om en sammenheng mellom folks nyhetsbruk og syn på klimaendringers alvorlighetsgrad, og da med særlig vekt på TV som hovedkilder kontra andre kilder. Sosiale medier virker å ha noe av den samme funksjonen i mange land. Det er også en del interessante forskjeller mellom landene, som for eksempel at andre nyhetskilder på nett bare er signifikant i Sverige og Tyskland. Disse forskjellene følger derimot liten grad med mediesystemene i Europa. Et lite unntak her er den demokratiske korporative modellen, som har det største antallet likheter mellom seg. Generelt er det likevel slik at mediesystemene i liten grad virker være en god predikter på sammenheng mellom nyhetsbruk og syn på klimaendringer. Delvis er dette overraskende. Man kunne forventet større grad av likheter mellom landene innad i mediesystemene. På den andre siden er dette resultatet som også er påpekt i andre studier av sammenheng mellom mediebruk og holdninger. I boken *How media inform democracy* av Aalberg og Curran (2012) finner de signifikante forskjeller mellom

land, men disse forskjellene er ikke i tråd med Hallin og Mancini sin klassifisering (2012, 192). De trekker frem at mediasystem med flere anledninger ikke kan forklare folks kunnskap om et tema (Aalberg og Curran, 2012, 194).

Kapittel 7: Konkluderende bemerkninger

Denne studien har tatt for seg spørsmålet *Er det en sammenheng mellom nyhetsbruk og folks syn på klimaendringene?* Et komplekst spørsmål med en kompleks årsakssammenheng. Nyheter spiller helt klart en viktig rolle som informasjonskilde om klimaendringer til folk. Dette kommer tydelig frem ved tidligere forskning på klimajournalistikk og dets rolle i samfunnet. Tross den viktige anerkjente rollen media har, er det ikke gjort så mye forskning på hvordan de påvirker folks holdninger til klima. Videre så ser man at mye av den forskningen som er gjort på hvordan media dekker klimaendringer er basert i få land, og det er vanskelig å si om trender og mønster som blir avduket i casestudier er gyldig for flere land.

Motivasjon som ligger til grunn for denne studien er et ønske om å skrive en komparativ oppgave. Som vist til tidligere, er det få komparative studier som tar for seg samspillet mellom media og syn på klimaendringer.

Med bakgrunn i de data som var tilgjengelig, og med utgangspunkt i hva som er i litteraturen fra før, har denne studien hatt som mål å svare på tre forskningsspørsmål. Disse er:

- 1 Er det en sammenheng mellom mengden av folks nyhetskonsument og holdninger til klimaendringer?
- 2 Er det en sammenheng mellom folks hovedkilde til nyheter og holdninger til klimaendringer?
- 3 Hvordan varierer effekten av omfanget av nyhetsbruk og hovedkilde til nyheter mellom land og mediesystem i Europa?

Det er gjort en del forskning på hvordan media formidler klimaendringer, hvilke vinklinger de benytter seg av, og hvilke utfordringer klimajournalistikken står ovenfor. Det er veletablert det med at media er en av de viktigste kildene til informasjon om klimaendringer. Det er derimot ikke forsket så mye på om media muligens kan påvirke folks syn på hvor alvorlige klimaendringene er. Det er også gjort svært få komparative studier på dette temaet. Som en følge av at det er så få komparative studier, er det utfordrende å finne studier som ser på de samme elementene. Noe som igjen gjør det vanskelig å drive gode komparative studier.

Ved hjelp av en regresjonsanalyse har denne oppgaven tatt for seg sammenheng mellom nyhetsbruk og syn på klimaendringer. Med Hallin og Mancinis etablerte rammeverk for mediesystem, har denne studien brukt de som et utgangspunkt til utvalg av land. *Most different system design* bygger på en idé om at man skal sammenligne noe som er ulikt for å se hva som er likt. I denne studien er mediesystemene ulik og målet er å se om media fungerer likt. Hvert

mediesystem som enhet, består av to land. Innad i mediasystemene har tilnæringer for utvalg vært *Most similar systems design*. Denne tilnærmingen bygger på at utvalget er likt. Dette er blitt gjort med formål om å se om mediasystemene kan være en forklaringsfaktor og ulikheten som kommer til syne ikke bare skyldes forskjeller mellom land.

For å fortsette den tredelingen som har vært gjennomgående i hele studien, vil jeg starte med å snakke om hvorvidt mengden nyheter man konsumerer har en sammenheng med hvor alvorlig man opplever klimaendringene. Funnene fra analysen viser at jo mer nyheter man konsumerer, jo mer alvorlig mener man klimaendringen er. Imidlertid er effekten av mengden nyhetskonsument ganske lav, altså det skjer bare en liten økning i hvor alvorlig man opplever klimaendringene hvis man konsumerer mer nyheter.

Det neste temaet er hvorvidt hvilken hovedkilde man har til nyheter påvirker holdninger til klima. Slik jeg har brukt regresjonsanalysen har alle hovedkilder blitt sammenlignet opp mot TV-nyheter, som har blitt anvendt som en base-verdi. TV er den mest brukte hovedkilden i mitt utvalg, og er ifølge litteraturen den mest brukte brukte kilden til informasjon om klimaendringer (se Roxburgh et al, 2019). De som har TV som sin hovedkilde mener at klimaendringene er mer alvorlig sammenlignet med de andre hovedkildene. Dette gir mening da TV-nyheter ofte benytter seg av katastrofevinklingen når de skal dekke klimaendringer. Så sammenlignet med TV-nyheter vil de fleste andre hovedkildene føre til at man i mindre grad opplever klimaendringene som alvorlige. Dette er i tråd med litteraturen som fremhever at de visuelle egenskapene til TV egner seg godt til en katastrofevinkling (se Painter 2014).

Alle de andre hovedkildene blir sammenlignet opp mot TV-nyheter, og som nevnt er de som bruker TV-nyheter i størst grad alarmert. Eksempelvis vil det å ha sosiale medier som sin hovedkilde føre til et syn på klimaendringer som mindre alvorlig, sett i forhold til TV-nyheter. Et funn som er signifikant i flere land. Videre så har andre nyhetskilder på internett en negativ effekt i Tyskland og Sverige, som kan forklares med at i disse landene betyr denne kategorien høyre-radikale nyhetskilder (se Forchtner, Korneder og Wetzal, 2018). Magasin som hovedkilde i Spania og i Polen vil ifølge mine funn føre til at man i mindre grad synes klimaendringen er alvorlig. Dette er i tråd med litteraturen som finnes om klimajournalistikk i Polen (se Kundzewicz, Painter og Kundzewicz 2019). I Spania mangler det forskning på området, noe så gjør det utfordrende å si noe om dette funnet.

Ved å kontrollere for bakgrunnsvariabler, kan en luke ut andre mulige forklaringer. Hvis effekt er lik etter at man har kontrollert for bakgrunnsvariabler, betyr det at årsakssammenheng er

blitt styrket. Nesten alle medievariablene har lik effekt etter at jeg kontrollerte for bakgrunnsvariabelen, noe som kan tyde på at: - ja, det er en sammenheng mellom nyhetskonsum og synspunkt på klimaendringene. En skal alltid være forsiktig med å si noe om kausale forhold, men mine funn kan tyde på at media spiller en rolle når det kommer til folks holdninger til klimaendringer. Unntaket er Norge, hvor nesten alle medievariablene endret seg når jeg kontrollerte for bakgrunnsvariabelen. Det vil si, at basert på min analyse og de tallene jeg har brukt, er det lite som tyder på at media spiller så stor rolle i hvordan nordmenn ser på klimaendringer.

Dette bringer meg videre til forskjellen mellom land og mediesystem. Mine funn tyder på at det ikke er så stor forskjell mellom mediesystemene som man skulle tro siden medias dekning av en sak forklares med interne faktorer (se Kundzewicz, Painter og Kundzewicz 2019). De ulikhetene som kommer frem via analysen følger ikke mediesystemene. Eksempler på dette er likheten mellom Italia og Irland. Dette tyder på at selv om Hallin og Mancinis rammeverk er en hjørnestein i komparativ medieforskning, er det ifølge mine funn ikke en god predikter på hvordan media påvirker holdninger til klima. Dette bygger videre på en idé om at mediesystem ikke er en god indikator på hvordan nyhetsmedia informerer om et tema (se Aalberg og Curran).

For å svare på problemstillingen: «Er det en sammenheng mellom nyhetsbruk og folks syn på klimaendringene?», er svaret: - ja, i noen tilfeller. TV-nyheter og sosiale medier er de hovedkildene som jevnt over har en statistisk effekt på folks syn på klimaendringer. Ellers er det en og annen hovedkilde som har noen effekt her og der, dette uavhengig av mediesystemene. Analysen presentert i denne studien tyder på at bakgrunnsvariabelen i større grad enn medievariablene spiller en rolle når det kommer til hvor alvorlig folks syn på klimaendringer er.

7.1 Veien videre

Det mest interessante funnet er ikke alltid svaret på problemstillingen (Grønmo, 2017, 74), og jeg vil tørre å påstå at dette er sant for denne studien. Der medievariable virker å ha samme effekt i nesten alle land etter at jeg har kontrollert for bakgrunnsvariabler. Er dette ikke tilfelle i Norge. I oljenasjonen i nord endrer nesten alle medievariablene seg etter at de har blitt kontrollert for bakgrunnsvariablene, noe som tyder på at medier ikke spiller så stor rolle i Norge. Det kan tenkes at de variablene jeg har brukt her ikke fanger opp aspekter ved det norske samfunnet. Men siden det bare er tilfellet i Norge vil jeg tørre å påstå at de variablene jeg har brukt er relevante for å svare på problemstillingen til studien. Dette leder til spørsmålene: Hva

er det med det med den norske debatten som skiller seg slik ut? Hva er mediens rolle i henhold til klimadebatten i Norge? Dette mener jeg vil være spennende å se videre på.

Kapittel 8: Referanser

- Aalberg, Toril og James Curran. 2012. «Conclusion» I *How Media Inform Democracy: A Comparative Approach*, redigert av Toril Aalberg og James Curran, 189-199. New York: Routledge
- Aalberg, Toril og James Curran. 2012. «How Media Inform Democracy: Central Debates» I *How Media Inform Democracy: A Comparative Approach*, redigert av Toril Aalberg og James Curran, 3-14. New York: Routledge
- Aalberg, Toril, Peter van Aelst og James Curran. 2012. «Media Systems and the Political Information Environment: A Cross-National Comparison» I *How Media Inform Democracy: A Comparative Approach*, redigert av Toril Aalberg og James Curran, 33-49. New York: Routledge
- Aalberg, Toril, Zan Strabac og Tove Brekken. 2012. «Research Design». I *How Media Inform Democracy: A Comparative Approach*, redigert av Toril Aalberg og James Curran, 15-32. New York: Routledge
- American Association for Public Opinion Research. 2021. "Online Panels".
<https://www.aapor.org/Education-Resources/Election-Polling-Resources/Online-Panels.aspx>
- Anderson, Ashley A. 2017. «Effects of Social Media Use on Climate Change Opinion, Knowledge, and Behavior» *Oxford Research Encyclopedias*. Publisert online 29.mars 2017. DOI: <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228620.013.369>
- Beltrame, Lorenzo, Massimiano Bucchi og Enzo Loner. 2017. «Climate Change Communication in Italy» *Oxford Research Encyclopedia of Climate Science*. Publisert online april 2017. DOI: 10.1093/acrefore/9780190228620.013.462
- Bene, Marton og Gabriella Szabó. 2019. «Bonded by Interactions: Polarising Factors and Integrative Capacities of the News Media in Hungary» *Journal of the European Institute for Communication and Culture* 26(3): 309-329. DOI: 10.1080/13183222.2019.1639427
- Brüggemann, Michael, Sven Engesser, Florin Büchel, Edda Humprecht og Laia Castro. 2014. «Hallin og Mancini Revisited: Four Empirical Types of western Media Systems» *Journal of Communication* 64(6): 1037-1065. DOI: doi:10.1111/jcom.12127
- De Vresse, Claes H. 2005. "News framing: Theory and typology" *Information Design Journal + Document Design* 13(1): 51-62. Tilgjengelig fra:
https://www.researchgate.net/profile/Claes-De-Vreese/publication/250888488_News_Framing_Theory_and_Typology/links/55dcea7408aeb41644aecf7c/News-Framing-Theory-and-Typology.pdf
- Downs, Anthony. 1957. *An economic Theory of Democracy*. New York: Harper
- Echavarren, José M. 2016. «From Objective Environmental Problems to Subjective Environmental Concern: A Multilevel Analysis Using 30 Indicators of Environmental

- Quality» *Society & Natural Resources: An International Journal* 30(2), 145-195. DOI: 10.1080/08941920.2016.1185555
- Erviti, MARía Carmen og Bienvenido León. 2021. «Climate Change Communication in Spain». Oppdatert 26. April. 2017. <https://oxfordre.com/climatescience/view/10.1093/acrefore/9780190228620.001.0001/acrefore-9780190228620-e-460#acrefore-9780190228620-e-460>
- FN. 2021. «Klimaendringer». Oppdatert 24. September, 2019. <https://www.fn.no/tema/klima-og-miljoe/klimaendringer>
- Forchtner, Bernhard, Andreas Korneder og David Wetzel. 2018. «Being Skeptical? Exploring Far-Right Climate-Change Communication in Germany» *Environmental Communication* 12(5): 589-604. DOI: 10.1080/17524032.2018.1470546
- Fox, Emmet og Henrike Rau. 2017. «Disengaging citizens? Climate change communication and public receptivity» *Irish Political Studies* 32(2): 224-246. DOI: 10.1080/07907184.2017.1301434
- Grønmo, Sigmund. 2017. *Samfunnsvitenskapelig Metode*. Oslo: Fagbokforlaget.
- Hallin, Daniel C. og Paolo Mancini. 2004. *Comparing Media system: Three Models of Media and Politics*. New York: Cambridge University Press
- Heft, Annett, Eva Mayerhöffer og Susanne Reinhardt og Curd Knüpfer. 2019. «Beyond Breitbart: Comparing Right-Wing Digital News Infrastructures in Six Western Democracies» *Policy & Internet*. 21(1): 20-45. DOI: 10.1002/poi3.219
- Hermann, Andrea Tony, Markus Pikl og Anja Bauer. 2016. «Alerters, Critics, and Objectivists: Researchers in Austrian Newspaper Coverage of Climate Change» *Austrian Journal of Political Science*. 46(4). 14-25. DOI: 10.15203/ozp.2388.vol46iss4
- Herrero, Lia Castro, Edda Humprecht, Sven Engesser, Micheal Brüggemann og Florin Bûchel. 2017. «Rethinking Hallin and Mancini Beyond the West: An Analysis of Media Systems in Central and Eastern Europe». *International Journal of Communication* 11: 4797-4823.
- Hulme, Miki. 2014. «Attributing Weather extremes to “climate change”: A Review» *Progress in Physical Geography* 38(4): 499-511. DOI: 10.1177/0309133314538644
- Kalsnes, Bente. 2019. *Falske nyheter*. Oslo: Cappellen Damm Akademisk
- Ki-Moon, Ban. 2015. “Secretary-Genral’s speech to COP21 Leaders Summit” Paris, 30. November 2015. Tilgjengelig fra: https://unfccc.int/files/meetings/paris_nov_2015/application/pdf/sg_statement_to_leaders_30_nov_2015.pdf
- Kundzewicz, Zbigniew W, James Painter og Witold J. Kundzewicz. 2019. “Climate Change in the Media: Poland’s Exceptionalism” *Environmental Communication*. 13(3): 366-380. DOI: <https://doi.org/10.1080/17524032.2017.1394890>
- Landman, Todd, and Carvalho, Edzia. 2017. *Issues and Methods in Comparative Politics*. London: Routledge.

- Midtbø, Tor. 2016. *Stata: En Entusiastisk innføring*. Bergen: Universitetsforlaget
- Mo Jang, S. og P. Sol Hart. 2015. «Polarized frames on “climate change” and “global warming” across countries and states: Evidence from Twitter big data” *Global Environmental Change* 32(2015): 11-17. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2015.02.010>
- McCright, Aaron M. Riley E. Dunlap og Sandra T. Marquart-Pyatt. 2016. «Political ideology and views about climate change in the European Union” *Environmental Politics* 25(2): 338-358. DOI: <https://doi.org/10.1080/09644016.2015.1090371>
- Newman, Nic, Richard Fletcher, Anne Schiltz, Simge Abdi og Rasmus Kleis Nielsen. *Reuters Institute Digital News Report 2020*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, 2020. Lest 11.03.2021. Tilgjengelig fra: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf
- O’Neill, Saffron J. og Nicholas Smith. 2014. “Climate change and visual imagery” *WIREs Climate Change* 5(1): 73-87. DOI: 10.1002/wcc.249
- Painter, James. 2014. “Disaster Averted? Television Coverage of the 2013/14 IPCC’s Climate Change Reports” Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. September 14. Lest: 24.04.2021. Tilgjengelig fra: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/disaster-averted-television-coverage-201314-ipccs-climate-change-reports>
- Painter, James. 2019. “Climate Change Journalism: Time to Adapt” *Environmental Communication*, 12(3): 424-429. DOI: <https://doi.org/10.1080/17524032.2019.1573561>
- Painter, James, Silje Kristtiansen og Mike S. Schäfer. 2018. «How «digital-born» media cover climate change in comparison to legacy media: A case study of the COP 21 summit in Paris” *Global Environmental Change* 48(2018): 1-10. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2017.11.003>
- Pearce, Warren, Sabine Niedere, Saury Melisa Özkula og Natalia Sánchez Querubín. 2018. «The social media life of climate change: Platforms, publics, and future imaginaries” *WIREs Climate Change*. 10(2):1-13. DOI: 10.1002/wcc.569
- Pearson, Adam R., Matthew T. Ballew, Sarah Naiman og Jonathon P. Schuldt. 2017. “Race, Class, Gender and Climate Change Communication” *Oxford Research Encyclopedias: Climate Science* Publisert online 26.april 2017 DOI: <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228620.013.412>
- Pennings, Paul. Hans Keman og Jan Kleinnijenhuis. 2006. *Doing Research in Political Science: An Introduction to Comparative Methods and Statistics*. London: Sage
- Poortinga, Wouter, Lorraine Whitmarsh, Linda Steg, Gisela Böhm og Stephen Fisher. 2019. « Climate change perceptions and their individual-level determinants: A cross-European analysis”. *Global Environmental Change* 2016 (55): 25-35. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2019.01.007>

- Reinmann, Carsten. Sebastioan Scherr, James Stanyer. 2016. « Cross-conceptual architecture of news” I *Comparing Political Journalism*, redigert av Claes de Vresse, Frank Esser og David Nicolas. London: Routledge
- Roxburgh, Nicholas., Dabo Guan, Kong Joo Shin, William Rand, Shunsuke Managi, Robin Lovelace og Jing Meng. 2019. “Characterising climate change discourse on social media during extreme weather events” *Global Environmental change* 54(2019): 50-60. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2018.11.004>
- Ryghaug, Marianne og Tomas Moe Skjølvold. 2009. «Achieving a balanced view? A comparative analysis of newspaper coverage of climate change in Norway and Sweden, 2002-2008” *IOP Conference Series Earth and Environmental Science* DOI: DOI: 10.1088/1755-1307/6/3/532022
- Ryghaug, Marianne og Tomas Moe Skjølvold. 2016. «Climate change communication in Norway” *Oxford Research Encyclopedia of Climate Science*. DOI: 10.1093/acrefore/9780190228620.013.453
- Schäfer, Mike S. 2015. “Climate Change and the Media” *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences* 3(2): 853- 559. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.91079-1>
- Schäfer, Mike S. 2021. “Climate Change Communication in Germany”. Oppdatert 07. juli 2016 <https://oxfordre.com/climatescience/view/10.1093/acrefore/9780190228620.001.0001/acrefore-9780190228620-e-448#acrefore-9780190228620-e-448>
- Schäfer Mike S. og Inga Schlichting. 2014. «Media Representation of Climate Change: A Meta-Analysis of the Research Field” *Environmental Communication* 8(2): 142-160. DOI: 10.1080/17524032.2014.914050
- Schäfer, Mike S. og James Painter. 2020. «Climate journalism in a changing media ecosystem: Assessing the production of climate change-related news around the world” *WIREs Climate Change* 12(1): 1-20. DOI: <https://doi.org/10.1002/wcc.675>
- Shehata, Adam og David Nicolas Hopmann. 2012. “FRAMING CLIMATE CHANGE: A study of US and Swedish press coverage of global warming” *Journalism Studies*. 13(2): 175-192. DOI: 10.1080/1461670X.2011.646396
- Schlechriem, Michelle. 2021. «Mapped: Impact of Climate Change on European Countries”. Oppdatert: 24.mars 2021. <https://www.greenmatch.co.uk/blog/2019/04/climate-change-europe>
- Schmidt, Andreas, ana Ivanova og Mike Schäfer. 2013. «Media attention for climate change around the world: A comparative analysis of newspaper coverage in 27 countries” *Global Environmental Change* 23(2013): 1233-1248. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2013.07.020>
- Shi, Jing. Vivvianne H. M. Visschers, Michael Siegrist og Joseph Arvai. 2016. «Knowledge as a driver of public perceptions about climate change reassessed” *nature climate change* vol 6: 759-763. DOI: DOI: 10.1038/NCLIMATE2997

- Shi, Wen, Haohuan Fum Peinan Wang, Changfeng Chen og Jie Xiong. 2020. “#Climatechange vs. #Globalwarming: Characterizing Two Competing Climate Discourses on Twitter with Semantic Network and Temporal Analyses” *Environmental Research and Public Health*. 2020(17):1-22. DOI: 1062; doi:10.3390/ijerph17031062
- Song, Yunya, Zeping Huang, Jonathon P. Schuldt og Y Connie Yuan. 2021. “National prisms of a global phenomenon: A comparative study of press coverage of climate change in the US, UK and China” *Journalism* 00(0): 1-22. DOI: <https://doi.org/10.1177/1464884921989124>
- Stott, Peter A., Nikolas Christidis, Friederike E. L. Otto, Ying Sun, Jean-Paul Vanderlinden, Geert Jan van Oldenborgh, Robert Vautard, Hans von Storch, Peter Walton, Pascal You og Francic W. Zwiers. 2016. “Attribution of extreme weather and climate-related events” *WIREs Climate Change* 7(1): 23-41. DOI: 10.1002/wcc.380
- Strömbäck, Jesper. 2005. “In Search of a Standard: four models of democracy and their normative implications for journalism”. *Journalism Studies* 6:3, 331-345. DOI: 10.1080/14616700500131950
- Syvertsen, Trine. Gunn Enli, Ole J. Mjørs og Hallvard Moe. 2014. *The Media Welfare State: Nordic Media In The Dgital Era*. Ann Arbor: The University of Michigan Press
- Van der Linden, Sander, Anthony Leiserowitz og Edward Maibach. 2019. «The gateway belief model: A large-scale replication” *Journal of Environmental Psychology* 2019 (26): 49-58. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2019.01.009>
- Whitmarsh, Lorraine. 2009. “What’s in a name? Commonalities and differences in public understanding of “climate change” and “global warming”” *Public Understanding of Science* 18(4): 401-420 DOI: 10.1177/0963662506073088
- Wihbey, John og Bud Ward. 2016. “Communicating About Climate Change with Journalists and Media Producers” *Oxford Research Encyclopedia*. Publisert Online 22. Desember 2016. DOI: <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228620.013.407>
- Williams, Michael og Simon Eggleston. 2021. “Using indicators to explain our changing climate to policymakers and the public” <https://public.wmo.int/en/resources/bulletin/using-indicators-explain-our-changing-climate-policymakers-and-public>

