

20
18

RAPPORT

Ekomaten i nyhetsmedierna

— ■
Producerad av
Näringslivets medieinstitut

RAPPORT

Ekomaten i nyhetsmedierna

01 INLEDNING	3
02 METOD	5
03 UNDERSÖKNINGSRESULTAT	8
04 SLUTSATSER	14

Rapporten är framtagen av Edvard Hollertz.

Inledning

Det publiceras mängder med nyheter om så kallad ekomat: mat som är producerad i ekologiskt jordbruk. Publiciteten kritiserades tidigare i år av Torbjörn Fagerström, professor emeritus i teoretisk ekologi vid Lunds universitet. “Journalisterna har helt svalt eko-propagandan”, skrev Fagerström i en debattartikel i Svenska Dagbladet (16/3 2018).

Att ekomat väcker debatt är inget nytt. Den ekologiska produktionens för- och nackdelar är omdiskuterade inom såväl jordbruksnäringen som forskarvärlden.

Ett illustrativt exempel på splittringen som finns kring ekoodlingen ges på den institution i Sverige som borde ha de kanske bästa kunskaperna i frågan – Sveriges lantbruksuniversitet, SLU. Där har forskare olika syn på nyttan av ekologisk produktion.

I skriften “Ekologisk odling – framtidens lantbruk eller en återvändsgränd?” (2017) skriver tre SLU-professorer: *“Ekologisk produktion anses vara vägen till ett mer uthålligt jordbruk. Men omfattande forskning visar att det inte stämmer. Odlingsformen reducerar skörden kraftigt och kan därför inte försörja en växande världsbefolkning. Ekomat är inte heller hälsosammare, och odlingsformen är varken klimatsmart eller bättre för miljön i övrigt.”*

En forskare som däremot påtalar fördelarna med ekologisk mat är Maria Wivstad, föreståndare på Centrum för ekologisk produktion och konsumtion vid SLU. I en intervju i Aktuell hållbarhet (21/3 2017) lyfte hon fram den ekologiska produktionens miljöfördelar:

"Om man tittar på de senaste fem årens stora forskningsgenomgångar, där man samlat ihop flera hundra studier från olika delar av Europa så visar de entydigt på en rad miljöfördelar."

Argument mot ekomaten ges dock inte mycket uppmärksamhet i media, enligt Jens Sundström, docenten i växtfysiologi vid SLU, och den tidigare nämnde Torbjörn Fagerström (SvD debatt, 30/5 2017). I en studie undersökte de två forskarna medias beskrivning av ekologisk produktion. Deras slutsats blev:

"Sammanfattningsvis gör medierna, med enstaka undantag, gemensam sak med dem som vinner på ekotrenden. Förlorarna är dels konsumenterna som blir lurade på både sitt miljöengagemang och sina pengar, dels den majoritet av bönder som knegar på med det vanliga, vetenskapsbaserade jordbruket."

Sundström och Fagerström undersökte publiceringar på nyhetsplats i Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet. Vi har valt att undersöka publiceringar gjorda av två andra dominerande nyhetsförmedlare: Sveriges Television och Sveriges Radio.

I särskilt fokus för den här rapporten är de ekonomiska nyttoaspekterna av ekologisk mat – vad får kunderna för pengarna? Den här typen av frågeställningar om ekonomi är ett vanligt journalistiskt perspektiv när det gäller konsumentfrågor och bör således vara centrala för medierna att lyfta.

Metod

Undersökningen begränsas till publiceringar gjorda på svt.se samt sverigesradio.se. En avgränsning i tid är gjord till perioden 1 april 2016 till och med 1 april 2018. Sökningar har gjorts med hjälp av Googles avancerade sökmotor efter artiklar innehållande en av följande exakta fraser: "ekologisk mat", "ekomat", "eko-mat", "ekologiska livsmedel" och "ekologiska råvaror".

I den här undersökningen läggs alltså tyngdpunkten på konsumentledet, därav valet av sökord. Det här gör att undersökningen skiljer sig från Sundströms och Fagerströms studie som fokuserade på primärproduktionen genom att använda sökorden "ekologisk" och "produktion". Noterbart är att det cirkulerar flera olika begrepp som alla beskriver den ekologiska maten i olika delar av livsmedelskedjan. Inte ens forskare från samma universitet verkar i sin kommunikation använda ett gemensamt begrepp.

Det begrepp som efter de angivna avgränsningarna för den här studien gav flest träffar var "ekologisk mat". För att kontrollera träffsäkerheten och få en så bred bild som möjligt gjordes också sökningar efter synonyma begrepp. De andra begreppen – det vill säga "ekomat", "eko-mat", "ekologiska livsmedel" och "ekologiska råvaror" – visade sig ge en del resultat som inte fångades in av sökningar på "ekologisk mat". Även dessa togs med i studien.

I sökningarna efter publiceringar förekom även en del träffar på opinionstexter och bloggar, som publicerats på svt.se. Dessa gallrades bort och ingår inte i undersökningen. Därefter har även artiklar där sökorden enbart nämns i förbigående uteslutits från vidare analys. Exempel på texter som har uteslutits från vidare analys är en krogrecension, en nyhet om en butiksnedläggning och en redogörelse för hur politiker i Stockholms stadshus vill minska klimatutsläppen. Även material från TT har exkluderats. Totalt uteslöt 20 publiceringar – utöver opinionstexter och bloggarna – från analys. Kvar blev totalt 65 publiceringar, varav 34 med Sveriges Television som avsändare och 31 publicerade av Sveriges Radio.

Av materialet var 54 publiceringar lokala och 11 nationella nyheter i Sveriges Television eller Sveriges Radio.

Det material som Sveriges Television och Sveriges Radio publicerar på sina respektive hemsidor är inte identiskt med det som har sänts i tv och radio. Men i den här undersökningen har det antagits att materialet som är publicerat på hemsidorna är representativt för det som har sänts i tv och radio.

Analysen har genomförts utifrån gestaltningsteori. Den utgår ifrån att journalistiken genom att presentera olika problem, eller "gestaltningar", ramar in nyhetens relevans och styr därmed hur publiken uppfattar ämnet. Gestaltningsteori är en vanligt förekommande metod inom medieforskningen. Gestaltningsteorin har likheter med iden om "problemformuleringsprivilegiet", som också handlar om att definitionen av vad som är ett relevant problem styr människors tänkande.

Gestaltningsteorin är idag en av de mest framträdande teorierna kring hur journalistiken (re)konstruerar den verklighet som nyheterna handlar om och hur det påverkar människor.
Jesper Strömbäck, Lars Nord, 2015

I syfte att ge en översiktligare bild av innehållet har publiceringarna kategoriserats utifrån den huvudsakliga problemformuleringen/gestaltningen. Kategoriseringen har gjorts efter en preliminär granskning av innehållet, och har således påverkats av materialets karaktär. En del publiceringar har platsat i flera kategorier och därmed har ett flertal publiceringar räknats mer än en gång i klassificeringen.

Publiceringarna har delats in i följande gestaltningar:

Hur öka andelen ekologiskt?

Andelen ekologiska livsmedel är det centrala i denna kategori. Publiceringarna behandlar hur landet, regionen, kommunen eller det enskilda offentliga köket förhåller sig till, eller presterar kring, mål för ekologisk mat – eller i jämförelse med andra aktörer. När man målen eller inte?

Behöver ekologisk mat kosta mer?

Den ekonomiska kostnaden för ekologisk mat berörs, vanligen för offentliga kök. Måste ekologisk mat vara dyr?

Eko-mission

Den ekologiska maten sätts in i ett större perspektiv, som relaterar till hållbarhet och ansvarstagande. Ofta betonas att det är en trend att köpa ekologisk mat. Den ekologiska maten beskrivs även som en del av en hållbar livsstil och en större samhällsomvandling. Hur ska vi få fler att tänka ekologiskt?

Kan utvecklingen kring ekomat hjälpa bonden?

Beskriver hur företagare, ofta lantbrukare, hanterar och påverkas av förändringarna på marknaden för ekologisk mat. Hur ska den ekologiska bonden gynnas?

Är ekomat bra för miljön och konsumenterna?

Utredande om den ekologiska matens effekter, med tyngdpunkt på miljö-, klimat- och hälsoaspekter. Är ekologisk mat bättre?

Närproducerat eller ekologiskt?

Beskrivande om skillnaden mellan livsmedel som är ekologiskt producerade och närproducerade. Uppmärksammar det offentliga målkonflikter kring inköp av mat, när det finns mål om att både öka andelen ekologisk samt närproducerad mat. Vilket är bäst: ekologiskt eller närproducerat?

Undersöknings- resultat

Publiceringar fördelade efter gestaltning

KATEGORI	ANTAL	
Hur öka andelen ekologiskt?	34	
Behöver ekologisk mat kosta mer?	20	
Ekomission	17	
Kan utvecklingen kring ekomat hjälpa bonden?	12	
Är ekomat bra för miljön och konsumenterna?	9	
Närproducerat eller ekologiskt?	6	

Utöver de ovan angivna gestaltningarna har vi letat särskilt efter publiceringar som berör vem, om någon, som tjänar pengar på ekologisk mat. Det är dock ett perspektiv som inte har getts något nämnvärt utrymme, förutom när det kopplas till enskilda bönder.

Undersökningsresultatet har även kompletterats med en genomgång av hur ofta i det undersökta materialet som det har gjorts värderande omdömen om ekologisk mat och vilka dessa i så fall är.

Hur öka andelen ekologiskt?

I gestaltningen finns ett tydligt fokus på ekomålen i de offentliga köken. Av de 34 publiceringar som klassas till gestaltningen behandlar 32 målsättningar för andelen ekologisk mat i exempelvis skolor, sjukhus eller inom äldreomsorgen. Den här ämneskategorin är den i särklass största. En hög andel ekologisk mat framställs som eftersträvänsvärt.

Här är det fokus på procentsatser och vilka hinder som finns för att nå målen. Hindren handlar om exempelvis budgetar och inköpsregler. Den aktör som har de mest ambitiösa målen tenderar att lyftas fram. Frågor ställs till politiker och ansvariga tjänstemän om varför målen inte har nåtts. Jämförelser görs mellan olika landsting och kommuner, med utgångspunkt i hur stor andel ekologisk mat de har uppnått.

I den här gruppen av publiceringar ifrågasätts sällan de satta målens värde, det tas för givet att målen är rimliga. Snarare framställs målen som för lågt satta. Dessutom framställts det ofta finnas ett tävlingsmoment – som i vilken kommun serverar mest ekologisk mat i de offentliga köken?

Ett exempel på en publicering inom det här temat är "Region Kronoberg bäst i landet på ekologisk mat" (SVT, 3/1 2017), som har följande ingress:

"Region Kronoberg är bäst i landet på att servera sina patienter ekologisk mat. Det är tredje året i rad som regionen toppar listan."

Ett exempel på en publicering som uppmärksammar det motsatta scenariot – att andelen ekomat är låg – är "För lite eko i skolmaten – når inte regeringens mål" (SVT, 27/4 2016). Den publiceringen inleds med:

"Flera kommuner i Jönköpings län når inte upp till regeringens mål att en fjärdedel av skolmaten ska vara ekologisk. Jönköpings kommun backade till och med något förra året och nu menar kritiker att skolan måste förändra matsedeln för att lyckas."

Behöver ekologisk mat kosta mer?

Inom gestaltningen dominerar publiceringar kopplade till de offentliga köken, men även detaljhandelns och konsumenters ekonomi berörs. De olika fokusen särredovisas nedan.

Kommunens/kökets ekonomi

15 av 65 publiceringar handlar om kommunens ekonomi kopplad till mål och inköp av ekologisk mat. Ofta beskrivs det som en utmaning för köken att klara av de satta målen eftersom den ekologiska maten i de allra flesta fall beskrivs som dyrare.

Ett exempel på en publicering inom den här kategorin är "Ekologiska målen ökar i de kommunala köken" (SVT 1/2 2018). Ingressen lyder:

"Allt fler kommuner i länet satsar på ekologisk och närproducerad mat i sina kök i dag. Men eftersom maten generellt sett kostar mer och budgeten är den samma ställer det höga krav på kockarna i de kommunala köken."

I sex av publiceringarna inom kategorin kopplas mindre matsvinn samman med satsningar på ekologisk mat. Dels genom att kommunen ska minska matsvinnet för att spara pengar som i sin tur kan läggas på inköp av ekologisk mat. Dels genom att en redan ökad andel ekologisk mat ska ha lett till minskat matsvinn. Likaså beskrivs i flera fall att mat lagad från grunden är ett sätt att få råd att erbjuda ekologisk mat i de offentliga köken.

En publicering som gör ett samband mellan mindre matsvinn och ekologisk mat är "Därför minskar matsvinn med ekologiskt och närodlat" (SR, 10/6 2016), vars ingress lyder:

"Ekologisk och närproducerad mat ger minskat svinn i köket. Maten saknar tillsatser som vatten och även oätliga senor som måste kastas. Och skolbarnen slänger mindre av maten."

Handlarnas och varumärkenas ekonomi

I 1 publicering berörs handlarnas ekonomi i förhållande till ekologisk mat. I publiceringen "Se upp för fusk vid köp av ekologisk julmat" (SR, 22/12 2017) återges ett citat från en statsinspektör på Livsmedelsverket:

"Ekologiska livsmedel är ett mervärde i sig för många konsumenter. Då vill man ha ekologiska livsmedel och då kan den som säljer ta ut ett högre pris."

I två andra publiceringar berörs hur butikens utbud har ändrats på grund av ökad marknad för ekologisk mat, men utan att de ekonomiska effekterna beskrivs.

Konsumenternas ekonomi

I 2 av 65 publiceringar berörs konsumenternas ekonomi. Som konsument avses i det här fallet privatpersoner, ej offentliga aktörer.

Den publicering som utvecklar vinkeln mest är "Allt fler bönder ställer om till ekologisk produktion" (SVT, 6/8 2016). I den konstateras:

*"Även priserna på ekologiska produkter är högre än andra.
Men trots det, är det ändå många som väljer att handla ekologiskt."*

Därefter följer ett citat från en konsument som tycker det är tråkigt att priserna skiljer sig.

Eko-mission

17 av 65 publiceringar handlar om ekologisk mat som en del av trender, modernism och samhällsförändringar.

Inom gestaltningen syns ett återkommande perspektiv i och med att 5 av publiceringarna handlar om att ekologisk mat är en del av en större samhällsomställning. I en publicering av SVT (26/11 2017) beskrivs en förskola som serverar mycket ekomat som en "ekohjälte". Förskolans kock intervjuas och hon berättar att hennes "långsiktiga mål är att uppfostra framtidens konsumenter att vänja sig vid att äta ekologisk mat."

En annan vinkel som sticker ut är att i 3 av publiceringarna beskrivs en enskild persons livsomställning, där konsumtion av ekologisk mat är en del av en sundare livsstil.

Kan utvecklingen kring ekomat hjälpa bonden?

I 5 av 65 publiceringar behandlas bondens ekonomi i förhållande till ekologisk mat. I fyra av fallen är omdömena positiva – produktionen av ekologisk mat ger framtidstro. I ett fall beskrivs det att lönsamheten inte hänger med.

Ytterligare sju publiceringar handlar om hur bönder och i ett fall en bagare påverkas av utvecklingen på marknaden för ekologisk mat, utan att de ekonomiska effekterna uttryckligen beskrivs. Inom denna kategori beskrivs ofta att bonden har positiva känslor kopplade till ekologisk mat. Exempelvis beskriver en lantbrukare att "det är underbart och det värmer i hjärtat" att se ekologiska produkter i butikshyllorna (SVT, 3/7 2017).

En publicering som lyfter hur ekologisk livsmedelsproduktion kan gynna en bonde är "Stärkt framtidstro när fler väljer ekologiskt" (SVT, 27 juli 2017). I den beskrivs att intresset stadigt har ökat för ekologisk mat, precis som lönsamheten för ekobönder.

Är ekomat bra för miljön och konsumenterna?

I 9 av 65 publiceringar behandlas för- och nackdelar med ekologisk mat, fokus är då på klimat- och miljöpåverkan.

I 4 av de 9 publiceringarna är huvudfokus att utreda vad forskningen säger om ekomatens påverkan. Ett exempel på en publicering som reder ut de olika argumenten om ekologisk mat är "Forskare tvistar om ekoodling: 'Går inte ihop'" (SVT 15/2 2017). I den publiceringen framgår:

"Samtidigt som Uppsala kommun storsatsar på ekologiskt livsmedel går åsikterna isär om ekoodling på Sveriges lantbruksuniversitet (SLU). – Skördarna blir mindre samtidigt som världen har livsmedelsunderskott, säger professor Lars Bergström."

I resterande 5 publiceringarna lyfts den ekologiska matens påverkan, men utan att vara huvudnyheten. Ett exempel på en sådan publicering är "Eko-maten fortsätter växa" (SR, 25/1 2018). I den konstateras att det inte är självklart om de ekologiska varorna är det bästa miljömässiga valet.

Närproducerat eller ekologiskt?

6 av 65 publiceringar behandlar det offentliga motstridiga målet om att köpa både svenska närproducerade livsmedel och ekologiska. Ett stort reportage av Sveriges Radios Kaliber (18/4 2016) har resulterat i flera uppföljande publiceringar. I Kaliber-reportaget ges en sammanfattande beskrivning av problemformuleringen:

"Det handlar alltså om en regering som vill att vi ska producera och konsumera mer svenskt och ekologiskt med betoning på det svenska – och kommuner och landsting som till största del satsar ekologiskt, men inte får till det, eller helt enkelt inte vill satsa på det svenska."

Värderande omdömen

I 44 av totalt 65 publiceringar finns ett eller flera värderande omdömen om ekologisk mat:

- Miljövänligare (21 stycken), ingen skillnad (0 stycken), sämre för miljön (1 stycken).
- Klimatvänligt* (6 stycken), ingen skillnad (0 stycken), sämre för klimatet (4 stycken).
- Känns bättre att äta (3 stycken).
- Känns bättre att producera/laga (6 stycken).
- Billigare (1 stycken), ingen prisskillnad (3 stycken), dyrare (12 stycken).
- Smakar bättre (5 stycken), ingen smakskillnad (2 stycken), smakar sämre (0 stycken).
- Kvalitén är bättre (2 stycken, ingen skillnad (0 stycken), är sämre (1 stycken).
- Nyttigare (3 stycken, ingen skillnad (3 stycken), onyttigare (0 stycken).

* Inkluderar begreppet hållbarhet

Slutsatser

Den vetenskapliga diskussionen om nyttoaspekter är underrapporterad i SVT/SR.

De senaste åren har det pågått en vetenskaplig diskussion om den ekologiskt odlade matens värde för miljön och dess kvaliteter som livsmedel. Den här diskussionen har bara undantagsvis satt sitt avtryck i nyhetsrapporteringen. Snarare utgår nästan all rapportering ifrån att mer ekologisk mat är av godo. Och det som i stället står i mediernas fokus är hindren för denna utveckling.

De värderande omdömena, som ges i de undersökta publiceringarna, om ekologisk mat bekräftar också bilden av att ekomaten för det mesta beskrivs i positiva snarare än negativa termer.

Medier förhåller sig okritiska till de politiska besluten och målen.

I det undersökta materialet är det ett stort fokus på målen för ekologisk mat i offentliga kök – mål som i stort inte ifrågasätts. I stället framställs den aktör som har störst andel ekomat som bäst. Sällan lyfts om den ekologiska maten är värd den extra kostnaden för skattebetalarna eller den enskilda konsumenten.

Det bör dock framhållas att det finns ett par undantag under den granskade perioden. Särskilt sticker SVT Uppsala ut med två balanserade och utredande publiceringar, som låter flera röster höras om för- och nackdelar med kommunala satsningar på att köpa in mer ekologisk mat.

Saknas granskning av ekonomin bakom ekomaten.

De ekonomiska perspektiven är förvånansvärt få, givet att det är ett ämne med stor relevans för enskilda konsumenter. Och trots att kommunerna i många fall kämpar med att få fram pengar för att köpa in mer ekologisk mat saknas i stort en rapportering om vad skattebetalarna får för pengarna.

Ett viktigt perspektiv som lyser med sin frånvaro är vem som tjänar på att försäljningen av ekologisk mat ökar. Visserligen beskrivs det i en del fall att ekomaten är en möjlighet för bönderna att öka lönsamheten. Däremot framkommer inte med tydlighet att ekologiska märkningar är en växande affärsidé.

Att det också finns ekonomiska argument för detaljhandeln att öka andelen ekologisk mat framgår av den oberoende bevakaren av ekomarknaden Ekowebbs rapport om den ekologiska livsmedelsbranschen (2017): "Inom detaljhandeln finns dessutom ett fortsatt starkt intresse för att öka omsättningen per butik och hyllmeter. Det kan man göra genom att plocka in en produkt med högre marginal såsom en ekologisk produkt istället för en konventionell. Här ligger drivkraften för fortsatta försäljningsökningar i detaljhandeln." Bilden förmedlad av Ekowebbs rapport stärks även av att det i ICA-gruppens årsredovisning för år 2017 konstateras att andelen ekologisk mat är en av flera faktorer som bidrar positivt till att driva försäljningsvärdet. En beskrivning som kan ses som en signal om att en större ekomarknad är ett ekonomiskt intressant område för dagligvarukedjan.

Samtidigt bör det framhållas att det generellt är svårt att hitta källor på vilka – utöver bönderna – som tjänar ekonomiskt på ökad försäljning av ekologiska livsmedel. Det är således ett intressant, men något utforskat, område.

RAPPORT

Ekomaten i nyhetsmedierna

— —
Producerad av
Näringslivets medieinstitut

Ansvarig utgivare
Mats Olin

www.naringslivets-medieinstitut.se