

Ideologier och miljön

Mediediskurser om miljö i Norge och Sverige (1995 – 2010)

Johan Ekestubbe



Hovedoppgave ved Psykologisk institutt

UNIVERSITETET I OSLO

Høsten 2011

Sammanfattning

Författare: Johan Ekestubbe.

Titel: Ideologier och miljön: Mediediskurser om miljö i Norge och Sverige (1995 - 2010)

Handledare: Rolv Mikkel Blakar och Hilde Eileen Nafstad.

Ämnesord: Ideologier, språk, miljö.

Miljö, miljöförstöring och miljöskydd blir allt viktigare teman i de moderna samhällena. I den offentliga diskursen om miljö – och andra teman – står medierna helt centralt. Men diskursen om miljö försiggår inte i ett vakuum. Diskursen om miljö är inbyggd i och blir påverkad av samhällets ideologier och ideologiska brytningar. I denna deskriptiva och longitudinella undersökningen jämförs den offentliga diskursen om miljö i de två grannländerna Norge och Sverige. Som bakgrund och horisont för analyserna av miljödiskursen kartläggs först utvecklingen av och brytningarna mellan individualism- och gemensamhetsvärden i de två samhällena. En grundläggande premiss i undersökningen är att tillvaratagande av miljön är beroende av gemensamhetsvärden i samhället. De longitudinella analyserna i perioden 1995 - 2010 av ord- och språkbruk i media (tidningar), visar att individualismen har markerat genomslag i båda samhällena och att gemensamhetsvärdena får allt mindre betydelse. Mot denna ideologiska och värdemässiga horisont analyseras utvecklingen av miljödiskurserna. Användandet av en lång rad ord relaterade till olika aspekter av miljön blir kartlagt. Givet alla de olika miljösökorden som kartläggs i undersökningen, är det mest slående hur många av dessa orden som i stark grad ändrar frekvens i användning genom den relativt korta perioden (16 år) som vi har haft möjlighet att följa utvecklingen. Relativt få ord har en helt jämn representation i mediediskursen genom denna perioden. De relativt starka ändringarna och svängningarna inom den offentliga diskursen när det gäller miljöteman visas också genom alla de nya orden och uttrycken som dyker upp under den perioden vi kartlägger. Miljödiskursen är med andra ord en debatt i stadig förändring. Samtidig ser vi att ändringar i mediediskursen om miljön hela tiden formas av dagens konsumismmönster. Det kan se ut som om gemensamhetsvärdena inom miljösektorn är på vikande front. Ett prototypiskt exempel är flaskvatten. Här ser vi hur en gemensamhetsresurs, vatten, kommersialiseras i ständigt större utsträckning och görs tillgänglig för oss förbrukare individuellt, på flaska. När det gäller den komparativa dimensionen, är konklusionen att även om det är några miljöteman som är relativt mer tongivande i det ena än i det andra landet, är det totalt sett relativt marginella skillnader i utvecklingsmönstren i miljödiskursen mellan de två grannländerna.

Förord

På en föreläsning om perspektiv på psykolgin lyfte Hilde Eileen Nafstad och Rolv Mikkell Blakar psykologin upp till en makronivå i samhället istället för att som så ofta i psykologin tillskriva psykologiska tillstånd en neurokemisk orsaksförklaring. Som miljöengagerad människa var detta något jag kände igen mig i då jag minns hur ledsen jag som ung blev då jag insåg med vilken hastighet regnskogen försvinner från jordens yta. Sättet vi människor förvaltar och förhåller oss till naturen är en av många variabler som påverkar människans välmående. Nafstad (2004) påpekar att forskning aldrig är neutral. Forskning kommer alltid att påverka det den studerar och därför är det för forskaren viktigt att reflektera över egen insats. Jag hoppas med denna hovedoppgave väcka intresset för hur ideologier i samhället är med på att påverka sättet vi förhåller oss till naturen och till varandra.

Jag vill rikta ett stort tack till: Mina handledare Rolv Mikkell Blakar och Hilde Eileen Nafstad för en imponerande frikostig handledning och inspiration till undersökandet om man kan bli varse ideologier genom att studera språkanvändning; Erlend Sand Bruer för diskussion om metoden samt support i databearbetning; Kim Rand-Hendriksen för hjälp med att göra de svenska tidningarna sökbara i gränssnittet; Stian Rødven Eide för kontinuerlig fantastisk teknisk support till den Ubuntu programvara jag använder för att skriva denna uppsats; Ida Holt för intressanta samtal om ämnet och feedback på texten; Øyvind Bjørkum för tämjandet av olydiga tabeller; Daniel Fäldt för kommentarer och korrekturläsning på min förnorskade svenska. Och sist men inte minst ett innerligt tack till den här vackra jorden vi lever på. Utan dig skulle vi inte existera!

Innehållsförteckning

Sammanfattning.....	i
Förord.....	ii
Innehållsförteckning.....	iii
Översikt över figurer.....	v
Översikt över tabeller.....	vi
Inledning.....	1
Teori.....	2
Om ideologier.....	2
Ideologi, globalisering och neoliberalism.....	4
Globalisering.....	4
Neoliberalism.....	5
Ideologier och miljön.....	6
Miljöförstöring.....	8
Miljöproblemen kan delvis förstås via ideologier.....	8
Ideologier och språk.....	10
Singelord och yttranden.....	11
Användning av ord i tidningsartiklar.....	12
Antaganden i denna studien av ideologier i Norge och Sverige.....	13
Metod.....	14
En deskriptiv longitudinell och komparativ design.....	14
Översättning.....	15
Ordkorpus.....	16
Representativitet.....	17

Justering.....	18
Utveckling över tid.....	19
Miljöord.....	20
Resultat: Presentation och diskussion.....	21
De norska resultaten perioden 1984-2010 samt perioden 1995-2010.....	22
De svenska resultaten 1995-2010.....	24
Jämförelse av de norska och svenska resultaten.....	25
Beskrivning av resultat från miljöordssökning.....	27
Avslutning och konklusion.....	41
Kritiska invändningar.....	41
Avslutande kommentarer.....	42
Litteraturlista.....	43

Översikt över figurer

Figur 1. (s. 26)

Frekvensen för sökorden *jeg* OR *meg* och *jag* OR *mig* i Aftenposten respektive SvD i perioden från 1995 till 2010.

Figur 2. (s. 39)

Det norska ordet *tjæresand** i alla de sex norska tidningarna från år 1984-2010.

Översikt över tabeller

Tabell 1. (s. 18)

Signifikansnivåer för sökordens representativitet i Aftenposten (LNWjusterat för 1984 - 2010 samt 1995 – 2010) och SvD (artikeljusterat från 1995 – 2010).

Tabell 2. (s. 21)

De femton sökorden användna i den longitudinella analysen i det norska och svenska samhället mellan 1984 - 2010 respektive 1995 - 2010, antal artiklar funna 2010, procentuell ökning/minskning sedan 1984 respektive 1995. Korrelation (Pearson's r) med linjär tid (år) och estimerad genomsnittlig årlig förändring (EMAC) för varje sökord. Norska data är LNW-justerade. Svenska data är artikeljusterade.

Tabell 3 a. (s. 27)

Konsumism.

Tabell 3 b. (s. 28)

Förpackning och avfall.

Tabell 3 c. (s. 29)

Flaskvatten.

Tabell 4. (s. 31)

Energi.

Tabell 5 a. (s. 32)

Kollektivtrafik.

Tabell 5 b. (s. 34)

Cykel.

Tabell 5 c. (s. 34)

Bilism.

Tabell 6. (s. 35)

Offentliga åtgärder.

Tabell 7. (s. 36)

Kemikalier.

Tabell 8. (s. 37)

Nyord.

Tabell 9. (s. 41)

Hjelpe/hjälpa.

Inledning

Hur människor tänker, känner och handlar är påverkat och till viss del styrt av de rådande ideologierna och den specifika socioekonomiska organiseringen av samhället (Himmelweit & Gaskell, 1990). Människor är samtidigt med att påverkar vilka ideologier som skapas och florerar i samhället (Bronfenbrenner, 1979; Doise, 1982/1986). Den ideologiska situationen i samhället är i stor grad med på att konstituera och forma villkoren för hur individer och grupper tänker och handlar (Nafstad & Blakar, 2009). Många ideologier kan dock existera samtidigt i ett samhälle (Nafstad & Blakar, 2009). På en samhällsnivå måste det för att människor och system skall trivas och lyckas dock vara ideologier som tillvaratar idealet om en balans mellan hänsyn till det gemensamma och hänsyn till det individuella (Nafstad, 2004; Nafstad & Blakar, 2009). Dessa ideologier som handlar om människornas grundläggande förhållningssätt till varandra kan på en skala placeras från individualism till gemensamhetsvärden. De kan betraktas som panideologier. De är ideologier i grunden av samhällen och kulturer (Hofstede, 1991; Triandis, 1995). Della Fave (2011) poängterar det fundamentala med panideologier då hon hänvisar till Calegari och Massiminis arbete från 1978 där de utifrån konstitutionella texter i olika kulturer systematiserat universella problem och deras relaterade lösningar, som varje samhälle måste förhålla sig till. Två av dessa elva problemen och lösningsförslagen handlar just om de individuella respektive de sociala värdena. Alla samhällen måste finna en balans mellan hur mycket plats individen kan ta och hur viktigt det gemensamma är för samhället. Man kan följaktligen se individualism och gemensamhetsvärden som två poler vilket olika samhällen placerar sig mellan. Som människor lever vi på olika sätt i samspel med andra människor, men också med naturen. Världen står idag inför svåra utmaningar i förhållande till att tillvarata naturen.

Denna hovedoppgave, som jag hädanefter kommer kalla uppsats, är upptagen av ideologierna i samhället och studerar individualismen och gemensamhetsideologin i Norge och Sverige och hur dessa två fundamentala ideologier styr hur samhället utformar sina ideologier eller värdesystem som i sin tur dikterar hur våra fysiska omgivningar ska tas till vara. Denna uppsats är speciellt inriktad på att studera hur vi förstår och tillvaratar vår fysiska natur och miljö med utgångspunkt från grundantagandet att individualism och gemensamhetsvärden är centrala och styrande för hur samhällen conceptualiserar och tar sig an miljöfrågor. Undersökningen använder analyser av mediaspråk för att avslöja och beskriva ideologier. Undersökningen jämför först gemenskapsvärden och individualism i Norge och Sverige. Därefter studeras och jämförs den offentliga mediediskursen i Norge och Sverige som omfattar naturen och miljön. Undersökningen är en delundersökning av Oslo ideologiprojekt (Nafstad, 2002; Nafstad & Blakar, 2002/2006; Nafstad, Blakar, Carlquist,

Phelps & Rand-Hendriksen, 2007, 2009).

Teori

Samhällsmässiga och kulturella nivåer har blivit underrepresenterade i den ledande socialpsykologin. Psykologi i stort har istället blivit en individualiserad disciplin (Nafstad, Carlquist & Blakar, under utgivning). Detta är kanske inte så konstigt då man vill säkerställa korrelationsmässiga eller kausala sammanhang, men det är viktigt att man i psykologin också studerar hur makrosystemet med en rad faktorer påverkar oss (Bronfenbrenner, 1979; Chomsky, 2008; Doise, 1982/1986; Kasser & Kanner, 2003; Klein, 2008; Nafstad et al., 2009). Psykologerna Kasser och Kanner (2003) påpekar kritiskt att psykologin som tradition oftast har valt att studera mikro- istället för makrovariabler. Det är enklare och uppfattas därtill som mer vetenskapligt. Nafstad et al (under utgivning) går så långt som till att påstå att de samhällsmässiga och kulturella nivåerna kan ses som ignorerade av socialpsykologin, men påpekar samtidigt att processer på dessa nivåer utövar påverkan på nästan alla individ- och gruppfenomen. Denna uppsats försöker därför att återföra fokuset på makronivån i samhället och ideologier är en oerhört viktig dimension på makronivå. Denna undersökningen kartlägger empiriskt individualism- och gemensamhetsideologier i samhället. Hur samhällen formar sina perspektiv och värderingar av människors samspel med och tillvaratagande av naturen kommer nödvändigtvis avgöras av de rådande ideologier eller värdesystem som handlar om hänsynen till individen och hänsynen till kollektivet och den kollektiva framtiden.

Om ideologier

Människor är omslutna av kulturella system. De formas och är begränsade av kulturer och agerar för det mesta bara inom de kulturella realiteterna i sina liv (Assadourian, 2010; Chin & Hung, 2006). Kulturella normer, symboler, värderingar och traditioner som en person växer upp med blir «naturliga». Kultur som fenomen består av värdegrunder, uppfattningar, övertygelser, traditioner, symboler, normer och institutioner (Assadourian, 2010). I kulturer florerar ideologier. Som i alla system finns det dominanta paradigmen som guidar kulturer. Dessa är delade ideer och antaganden som, över generationer, formas och förstärks av ledande kulturella aktörer och institutioner och av deltagarna i kulturen själv (Assadourian 2010). Ideologier är vidare förankrade både på individ, grupp och samhällsnivå. De representerar en skärningspunkt mellan kulturen och individen (Nafstad & Blakar, 2009). Som Meadows (1999) uttrycker det: «Den delade idén i samhällets medvetande, de stora uttryckta antagandena - uttryckta för att de är onödiga att uttrycka; alla vet redan om dem – utgör samhällets paradigm, eller djupaste uppsättning övertygelser om hur världen fungerar» (s. 17).

Nafstad et. al (2007, 2009) definierar ideologier som de mer eller mindre koherenta system av ideer och övertygelser om världen och sociala rutiner som existerar i samhället. Van Dijk (1995) definierar ideologier som system av grundläggande sociala kognitioner som organiserar attityder och sociala representationer som delas av medlemmar i en grupp. Nafstad och Blakar (2009) kategoriserar vidare ideologi som både ett «common sence»begrepp och ett hegemonibegrepp. «Common sence»begreppet kan ses som det gemensamma språk eller de diskurser i samhället som ger oss gemensamma kategorier och förklaringar av den sociala och materiella världen. De utgör på så sätt en gemensam syn på världen. Denna syn på världen legitimerar gärna den sociala och praktiska ordningen i samhället. På så sätt fungerar ideologi som ett ramverk som skapar konsensus om de generella ideerna och målen i samhället och kan bli styrande för individens ideal, levnadssätt och de val hen¹ tar. Hegmonibegreppet kopplar ideologin till en styrning. I detta fall hänvisar ideologin till den upplevda legitimitet och det breda stöd av bestämda tanke och idesystem i samhället i världen t.ex idag nyliberalism (Nafstad & Blakar 2009). Det beteende som ledsagar dessa värde- och tankesystem upplever vi som naturliga. Därmed ställer vi färre frågetecken vid de beteendena (Nafstad & Blakar, 2009). Har vi då ett beteende som förstör miljön är det viktigt att se på de ideologier som ligger bakom då en psykologisk kärnfunktion för ideologier är just att de rådande ideologierna legitimerar status quo med hänsyn till vad som är naturliga sätt att handla och leva på (Nafstad & Blakar, 2009). Ideologier, som t.ex dagens konsumism, är internaliserat i många samhällen och blir självbevarande då institutioner inom samhället, som företagssektorn, media, regeringsmakten, och utbildningssäten, fortsätter att stödja denna kulturella inriktning (Assadourian, 2010). Nafstad och Blakars (2009) förståelse för ideologibegreppet inkluderar även att det finns ideologier som verkar i motsatt riktning till vissa av de rådande ideologierna. Dessa motideologier kan vara med att skapa debatter om idéer som annars skulle ha varit tagna för givet. Van Dijk (1995) understryker också vikten av motideologier. Individualismideologin står idag starkt (Bauman, 2000; Gahrton, 2010; Kasser & Kanner 2003). Individualism så som Nafstad och Blakar (2009) framställer den står för en hänsyn främst ägnad individen själv. Denna syn frodas gärna i ett konkurrenssamhälle och i ett sådant samhälle är det lätt att gemensamhetsvärden blir nedprioriterade. En rendyrkad stark individualistisk ideologi som främjar idén att individen ensam står ansvarig för sin lycka eller sitt misslyckande står i kontrast mot ett sätt att se individen som sammanhörande med andra i ett system av ömsesidigt beroende. Sociologen Gahrton (2010) fångar också dessa dimensionerna då han beskriver individualismen och gemensamhet i frågan om hur personer uppfattar sitt eget liv. «Uppfattar man livet som sitt eget isolerade projekt, där det egna välståndet och självförverkligandet är det helt dominerande? Eller uppfattar man sitt liv som

1 «Hen» står för ett pronomen där det inte är självklart om det syftar på det manliga eller kvinnliga könet.

en del av ett kollektivt projekt» (s.13). Vi människor kan inte överleva utanför grupp och gemenskap (Nafstad & Blakar, 2009). Inte heller naturen kan tillvaratagas bara av en eller några få personer.

Kulturella värden, speciellt kollektivism och individualism, påverkar oss alla ända från spädbarnsåldern. Ta exempelvis spädbarns sovarrangemang. Mayanska mödrar förespråkar ett kollektivistiskt perspektiv där samsovning bygger ett nära band mellan barn och förälder som är essentiellt för hur barnet lär sig om människorna i sin omgivning. Amerikanska mödrar däremot förmedlar ett individualistiskt perspektiv och de eftersträvar oberoende som förebygger dåliga vanor och som skyddar deras eget privatliv (Berk, 2006). Hur samhället prioriterar individualism respektive gemenskapsvärden har självklart inte bara konsekvenser för hur vi utformar relationer mellan människor utan också hur vi relaterar och förhåller oss till naturen. Ideologier avgör t.ex om vi betraktar naturen som en likvärdig partner som vi lever tillsammans med eller som en (förbruknings)vara som var och en utnyttjar. Denna undersökning studerar individualism och kollektivismvärden i Norge och Sverige då dessa värden som nu påpekats är centrala också när samhället utvecklar sina miljöteman.

Ideologi, globalisering och neoliberalism

Globalisering

Det är inte bara lokala eller nationella samhällen som måste finna en balans mellan individualism och ett omhändertagande av det gemensamma. Detta gäller nu i allt större grad även på den globala nivån idag. I sammanvävningen av vår planets ekologiska, ekonomiska och vetenskapliga system har begreppet «offentliga tillgångar» uppstått. Dessa tillgångar kännetecknas av att de angår alla. De är med andra ord icke-exklusiva. De har en icke-rivaliserande natur som innebär att en grupp åtnjuter tillgången utan att frånta en annan grupp möjligheten till samma åtnjutande (Rivière, 2007). Globala offentliga tillgångar kan vara allt från utbildning och hälsa, biologisk mångfald, internationell reglering av luft och sjöfart till internet och ozonlagret (Rivière, 2007). Vissa är naturskapta och vissa människoskapta men alla kan påverkas av de ideologier som råder och därmed de förfaringssätt med vilka vi behandlar deras existens. De offentliga tillgångarna har alla stått i centrum för politiska kamper för att få dem erkända som just offentliga. Det har utkämpats kamper inom olika ideologiska ramar för att bevara dem samt beskydda dem från angrepp från marknaden (Rivière, 2007). Globala offentliga tillgångar kan också sägas ingå i ett nätverk av offentliga tjänster som i sin tur kan bli ickeoffentligt på grund av privatisering (Rivière, 2007). Det sköljer också en privatiseringsvåg över jorden (Klein, 2008). Kulturella och teknologiska arv som t.ex vetenskapliga upptäckter kan bli privatiserade med hjälp av patenter. Mediciner kan

stå som ett exempel där patenten hindrar vissa behövande grupper att få tillgång till medicinerna (Rivière, 2007). Vad gäller dagens internet är ideologin om fri programvara, där källkoden är öppen för alla, ett exempel på ett gemenskapshetsvärde. Denna ideologi bidrar till alltfler öppna källkoder, inte bara till mjukvaror utan även på hårdvaror som t.ex traktorer, tegelstenstillverkning etc för att skapa små samhällen oberoende av de multinationella företagen (<http://opensourceecology.org>). I exemplet med öppna källkoder ser vi en globalisering där gemenskapsvärderingar betonats.

I avgränsningen av panideologierna individualism och gemenskapshetsvärdena ser jag vidare en klar parallell till psykologerna Kanner och Soules (2003) kontrastering av girighetens psykologi och generositetens psykologi. Girighet karaktäriseras av emotionell sammandragning och paranoia. Giriga människor utvecklar en knapphetsmentalitet. De känner att de inte kan ackumulera tillräckligt med rikedom för att få sina behov tillfredsställda och att de alltid måste tävla med andra om knappa resurser. Giriga personer reducerar andra, och världen generellt, till potentiella källor till större rikedom för dem själva. Detta kan konstasteras med generositet. Upplevelsen av generositet är expansiv och flödande och innehåller en implicit tillit till världens överflöd. Den generösa personen är mer omsorgsfull än tävlingsinriktad och ger av sig själv till andra. I en mer generös värld skulle globaliseringen skifta från sin nuvarande betoning på handel till internationella utbyten av idéer, kunskap, konst, kulturell visdom och andra ickekommersiella skatter (Kanner & Soule, 2003). Dagens dominerande konsumism har utvecklats över decennier och blir idag aktivt förstärkt och globalt spridd till miljoner i utvecklingsländer (Assadourian, 2010). Den baserar sig på hänsynen till den enskilda individen och individens användning av varor och kultiverar idén om att naturen först och främst är till för «mig och mina behov».

Neoliberalism.

I litteraturen är det inte helt lätt att finna enhetliga kategoriseringar och hierarkiseringar av stora samhällsideologier, men Bauman (2001), Giddens (1990), Klein (2008) och Nafstad et al. (2007, 2009) påstår att den globaliserade ideologin neoliberalismen utgör en predominant nutida diskurs. Klein (2008) kallar neokapitalismen en «disaster capitalism». Nafstad et al. (2007, 2009) ser den fria marknadskapitalistiska ideologin med sitt starka individualismvärde som överordnad globalisering, neoliberalism, konsumism och konkurrens som ideologier i sin egen rätt. Dessa kan betraktas som medel till företagens makt vars rikedomar ibland har vuxit sig större än nationers. Av de hundra rikaste ekonomierna i världen är femtiotvå av dem inte länder men företag (Mandler, Barker & Korten, 2001). Detta har kunnat ske genom att företagsledd globalisering koncentrerar rikedom och makt i händerna på ett fåtal. JAK Medlemsbank (JAK, 2012) hävdar att räntan som mekanism är en av faktorerna som

upprätthåller ett system som slussar samhällets rikdomar från de som har lite till några få som redan har mycket. Enligt denna beskrivning blir 1/10 rikare genom räntesystemet, 1/10 förändrar inte sin rikedom och 8/10 förlorar sina pengar. Psykologerna Kanner och Solue (2003) i sin tur, beskriver denna process att flytta rikedomar genom att visa på globaliseringsstrukturer, i det här fallet institutionerna North American Free Trade Agreement (NAFTA) och World Trade Organization (WTO). Till exempel så stämde ett kemiföretag i USA den kanadensiska regeringen 1998 på tvåhundrafemtio miljoner dollar för att ha förbjudit en gasadditiv som hade orsakat hjärnskador i försöksdjur. Denna stämning skedde via WTO. Som resultat var Kanada tvunget att betala företaget tretton miljoner dollar för förlusten och dessutom avskaffa lagen som var upphovet till förbudet. I juni 1999 stämde det kanadensiska bolaget Methanex delstaten Kalifornien för att de började fasa ut en annan gasadditiv som misstänks förorena grundvattnet. Genom att emfasera materialism, konsumism, individualism och tävlan så bidrar neoliberalismens marknadsekonomi till att avhumanisera samhälle och individ (Nafstad, 2002). Att globalisering skulle gynna en allmän sammanhållning i världen är enligt Della Fave (2011) en myt. Istället går den idag ut på att främja neokapitalismen. Ekonomisk globalisering är istället en utvidgning av exportcentrerad fri marknadskapitalism från utvecklade nationer, ledda av USA, till utvecklingsländer (Kanner & Soule, 2003) och den baseras på djupt hållna principer, dvs ideologier, där «primacy of growth» är central. Oskamp (2002) anser att den ekonomiska globaliseringen är ohållbar trots löften om det motsatta. Detta leder till att övergripande sociala transformationer kommer att bli helt nödvändiga.

För att förstå hur människor navigerar i och hanterar sina sociala och fysiska omgivningar så är det sammanfattningsvis idag nödvändigt att ta utgångspunkt i individualism- och gemenskaphetsdiskurser i samhället, speciellt det nödvändiga i att vara medveten om att dagens globaliseringsideologi är en neokapitalism med stark betoning på individualismvärdena om den fria marknaden, ekonomisk vinst och individens privata konsumtion. Det är en ideologi som inte tar hänsyn till vår miljö om det inte innebär privat vinst.

Ideologier och miljön

Som människor lever vi på olika sätt i samspel med andra människor, djur och natur. Alla människor andas luft, dricker vatten samt är beroende av det jorden ger dem. Världen står idag emellertid inför svåra utmaningar. Ett av de områdena är miljöförstörelsen. Det kan tyckas självklart att sättet vi förvaltar och upplever naturen är intuitivt relaterat till panideologier och då speciellt till gemenskapsideologier. Ska man ta till vara miljön så måste man ta hänsyn till gemensamhetsvärden. Trots denna intuitiva koppling miljön har till

det gemensamma kan emellertid idag kommodifieringen av diverse begrepp världen över göra att det inte längre är en självklarhet att naturen är något som skall komma alla till godo. Kanner och Soule (2003) säger om detta: «Genom att privatisera och kommodifiera det gemensamma gör företag resurserna tillgängliga endast till de som har råd till dem» (s. 53). De flesta av de hotande utmaningar som vår planet och därmed vår mänsklighet nu möter, t.ex klimatförändringar, har ideologiska fundament och kan inte bli helt förstådda utan att man tar ideologisk socialpsykologi i beaktande (Nafstad et al., under utgivning). Miljöproblemen har ökat på grund av de tankar, uppfattningar, övertygelser, värdegrunder och världsåskådningar som människan har agerat efter, preciserar Du Nann Winter & Koger (2004). Den miljömässiga krisen har orsakats av människors tankar, känslor, attityder och beteende är Du Nann Winters (2003) konklusion. Miljön kan således ses som ett av de fält där de ideologierna spelas ut, ett fält där ideologierna tar sig ett materiellt uttryck. Precis som människor måste förhandla om hur man ska inrätta samhället så måste samvaron med naturen, sättet som vi förvaltar naturen, vara föremål för förhandling. Kommer tillexempel tillgången till vatten i framtiden betraktas som en allmän tillgång², en offentlig icke-exklusiv resurs, eller kommer den ses som en produkt som bara kan åtnjutas av de som kan betala för den. Observera att detta kräver en förståelseram där man överhuvudtaget betraktar vatten som just en vara som man kan ta betalt för. Centrala frågor idag är då: Till vilken grad har vi idag ett samhälle där den extrema individualismen gör att vi betraktar naturen som en samling resurser som kan förbrukas och hanteras på ett sätt som inte tar hänsyn till kommande generationer, andra människor, djur eller till naturens egen återhämtning? Till vilken grad har vi ett samhälle som ser till det gemensammas bästa där man också vill ta tillvara på miljön, leva i en ansvarsfull relation till natur, djur och människa och där åtnjutandet av en resurs inte fråntar andra samma åtnjutande? Ett exempel på kommodifiering av globabala offentliga tillgångar är hur vattenindustrin med hjälp av reklam förespråkar flaskvatten framför det allmänna dricksvattnet. En specifik reklam- eller promotionkampanj för en speciell produkt har inte automatiskt garanterad succé. Men ändå bidrar den till att det allmänna trycket genom vilken folks upplevda behov stimuleras och upprätthålls. Industrier spelar en signifikant roll för att stimulera konsumismen och de transformerar kulturella normer i den processen (Assadourian, 2010). Flaskvattenförsäljningens sextiobiljondollarsindustri sålde tvåhundrafortioen biljoner liter vatten år 2008. Det är mer än en fördubbling på åtta år. De har med sin reklam försökt få folk att tro att flaskvattnet är mer hälsosamt, smakar bättre och skulle vara mer fashionabelt än offentligt tillgängligt vatten även om studier visar att vissa av dessa flaskors innehåll är mindre hälsosamma och kostar mellan 240 och 10 000 gånger mer (Assadourian, 2010) Med andra ord har kommodifieringen av vatten lett till en ökning av försäljningen av flaskvatten.

2 Chomsky (2008) pekar på att konflikten i Israel och Palestina också kan ses i ljuset av vattentillgången.

Miljöförstöring

Det finns miljöförstöring. Miljöförstörelsen områden kan i korthet sammanfattas: Global klimatförändring, förorening av vatten, luft och jord, krympande naturresurser, avskogning, minskad odlingsbar mark, ozonlagerförtunning, minskad biologisk mångfald, förstörelsen av interna beroende ekosystem (Bandura, 2002), ytjordsförlust (Du Nann Winter & Koger, 2004), årlig produktion av hundra miljoner ton av farligt avfall (Assadourian, 2010). De nämnda miljöförstörelseområdena är inte särskilda från varandra utan verkar interaktivt (Rockström & Karlberg, 2010). Ibland hör och läser man resonemang som menar att man måste handla innan det är för sent. Det är enligt mig en förenkling. För vissa arter och för vissa människor är det redan för sent. De är redan döda på grund av miljöförstörelsen. Och för vissa arter är det bara en fråga om tid innan de dör. Till exempel är risken mycket stor att världens tropiska korallrev är dömda att helt kollapsa vid en kommande medeluppvärmning av jorden på över 2 grader (Hoeg-Guldberg, et al., 2007; J. Rockström, personlig kommunikation, 29 september 2011; Smith, et al., 2009). Det är inte bara i den yttre miljön som miljöförstörelsen pågår. På senare tid har Jarl (2010) uppmärksammat hur kemikalieindustrins produkter medverkar till hur människans egen kropp blir förorenad genom att flera hundra kemikalier far runt i vårt blod och är lagrade i våra kroppar, t.ex flamskyddsmedel och PCB. Det mest skrämmande är inte faktumet att de är cancerframkallande och fertilitetshämmande här och nu, men att de inte bryts ned i framtiden. De kan däremot reduceras hos modern om hon föder ett barn då barnet övertar en viss del av dessa gifter (Jarl, 2010). Dessa alarmerande exemplen visar på att det alltså är av största vikt att vi förändrar våra ideer, relationer och vårt beteende till naturens bästa.

Miljöproblemen kan delvis förstås via ideologier.

Miljöproblemen är som påpekat tätt knutna till ideologier i samhället. Ideologisk socialpsykologi måste därför tas i betraktning för att kunna förstå vilka utmaningar som världen står inför (Nafstad et al., under utgivning). Det är detta temat som denna undersökning är inriktad på. Min utgångspunkt är som ovan angett att miljöproblemen har ökat på grund av de tankar, uppfattningar, övertygelser, värden och världsåskådningar som många människor idag agerar efter (Du Nann Winter & Koger, 2004). En dimension av våra miljödilemman som kvarstår och är negligerad är deras kulturideologiska rötter (Assadourian, 2010). Västvärldens världsåskådning konstitueras av en uppsättning övertygelser som får oss att utnyttja och missbruka naturen och människan är med sitt beteende ytterst ansvarig för ett snabbt försämrat ekosystem (Du Nann Winter & Koger, 2004; Rockström & Karlberg, 2010). Kanner och Soule (2003) menar att konsumismideologin är en av de viktigaste problemen för psykologer att ta itu med nu. Man måste emellertid för att kunna jobba med temat konsumism

förstå hur företagskulturen opererar, som t.ex att företag och media har starka band mellan sig (Axelson, 2010). Att förstå hur företag, media, statsmakten och utbildningssäten drivs och är knutna samman är nödvändigt för att åstadkomma en hållbar utveckling (Assadourian, 2010) där konsumismvärden inte blir så dominerande. Många av miljöproblemen behandlas emellertid som om de vore separerade från varandra men många av deras rötter kan spåras tillbaka till pågående konsumismmönster (Assadourian, 2010) både i det enskilda samhället och i världen generellt. Det är alltså av stor vikt att vi, när vi utvecklar ett hållbart och försvarbart sätt att leva på jorden, tar upp miljöproblemens ideologiska rötter, speciellt värderingar som leder till ständigt mer konsumtion, som idén om ett gott liv. Om vi klarar det kommer att avgöras av huruvida de tankar idéer och föreställningar vi handlar utifrån förändras och att vi erkänner att vårt konsumtionsmönster är skadligt. I Brundtlandrapporten 1987 myntades uttrycket «hållbar utveckling» (Button & Nijkamp, 1999). Det finns många sätt att kategorisera de fenomen, begrepp och definitionsavgränsningar jag har tagit upp om. Schmuck och Schulz (2002) preciserar att begreppet «hållbar utveckling» måste innefatta naturen, socialt liv och ekonomin. Dessa fenomen är tätt sammanflätade. Hållbar utveckling har debatterats intensivt i mer än tjugo år, men det är som Baumgartner (2011) konkluderar långt från en debatt till den praktik som kan göra samhället mer hållbart. Samtidigt är t.ex hela åttiotre procent av USAs befolkning oroliga över miljöproblem och anser att något måste göras. Men bara arton procent av dem tror att de själva är en aktiv källa till problemen, till exempel genom sitt konsumtionsbeteende (Du Nann Winter & Koger, 2004). En medierande faktor som påverkar oss mot mer och mer konsumtion och därmed miljöförstöring är massmediers envägs kommunikation (Andersen & Miller, 2010; Sachs & Finkelpearl, 2010) som vi möter i reklamen och dess normativa. Reklam är, enligt Van Dijk (1995), «blodet i nästan all mainstreammedia vilket utsluter seriös kritik av reklamindustrin» (s. 25). Kasser och Kanner (2003) påpekar kritiskt att psykologin i stort har ignorerat hur starkt konsumismkulturen står i relation till utformningen av det mänskliga psyket. De nämner tre orsaker till denna ignorans. Förutom att psykologin som tradition oftast valt att studera mikro istället för makrovariabler så har psykologin med sina metoder och teorier själv varit med och tagit fram reklamvetenskapen, och på så sätt främjat konsumismen. Psykologin har också ett ambivalent förhållande till social kritik och politik. Psykologer som motarbetar kapitalism kan själva bli motarbetade, ja till och med straffade (Kasser och Kanner, 2003). Samtidigt har vetenskapens psykologi ett etiskt ansvar att vara med och utforma goda fysiska och sociala omgivningar. (Kasser och Kanner, 2003). Konsumismen visar sig inte bara genom att vi köper fler saker. En europé förbrukade 2007 till vardags åtta gånger mer färskvatten än våra mor- och farföräldrar gjorde. En australiensare förbrukade cirka sju gånger mer färskvatten per dag än en europé. Resursförbrukningen är så tätt knutet till förändrad levnadsstandard (Laimé,

2007). Levnadsstandarden i sin tur står under påverkan av de ideologier vi anammar.

Kanner och Soule (2003), Klein (2008) och Rivière (2007) beskriver hur motståndare till globaliseringen är bekymrade över dess främjande av bolagens ägande av offentliga tillgångar via privatisering och förstöringen av det gemensamma, t.ex naturen. Det gemensamma definieras av Kanner och Soule (2003) som människans uråldriga arv av bestående av naturresurser, men också vetenskaplig kunskap, offentlig hälsovård, utbildning och det mänskliga genomet. Genom att kommodifiera det gemensamma gör företag resurserna tillgängliga för dem som har råd att betala för dem (Kanner & Soule, 2003). Samtidigt har mediareklamen stor påverkan över hela världen och driver hela tiden utvecklingen mot mer konsumtion. Låt det också vara nämnt att på 1950 talet skedde också ett skifte från en mer faktabaserad reklam till ett mer historieberättande koncept. Detta skapade en radikal förändring från sparsamhets- och hushållningsvärden till en explosion av konsumism (Sachs & Finkelpearl, 2010). Sexhundraförtiotre miljarder dollar spenderades 2008 på reklam runt om i världen. En av tusen marknadsdollar spenderades på att sända reklam för allmänhetens bästa, men bara en bråkdel av den summan spenderades i sin tur på rena hållbarhetsangelägenheter (Sachs & Finkelpearl, 2010). Kunskapen att fakta allena inte skapar beteendeförändring gör att hälsoteman kan läggas in i såppoperor och på så sätt fungera som social marknadsföring. Videor som «Story of stuff» kan på så sätt bli virala³ och påverkar folks konsumtionsvanor. Har vi då en reklamnarrativ som berättar om våra liv utan att ifrågasätta rådande konsumismvärdegrunder så förbättrar det inte den hotade relationen till vår miljö.

Ideologier och språk

Ideologierna i samhället blir diskursivt medierade genom språket. Genom att tillägna oss språket inkorporerar vi samhällets dominerande ideologier och ideologiska värden (Blakar, 1973/2006). Språket kan indikera vilka samhällsideologiska organisatoriska ramar vi vuxit upp med. Genom interaktion och språklig artikulation börjar vårdnadsgivare att överföra sina samhälles värden och förmågor till nästkommande generation och detta kan även avspeglas i språkbruket (Berk, 2006). Ett lysande exempel på detta är i Kungstammen i Botswana. Där får barnen minimal uppmärksamhet då de leker med föremål, men så fort de räcker över föremålet till ett annat barn så visar de vuxna omkring dem mer respons och uppmuntrar detta gladeligen. Genom denna interaktion emfaserar denna kulturen en interpersonlig snarare än en fysisk aspekt av existensen och ett barns första ord inkluderar generellt *i* (Här, ta denna) och *na* (Ge den till mig) (Berk, 2006). Språket kan alltså reflektera rådande ideologier.

3 «Viral» kommer från engelskan och syftar på att en t.ex video sprider sig som ett virus på nätet på grund av sin popularitet.

Allport (1937) har med sin lexikala hypotes visat att alla de fenomen som människan anser viktiga, till exempel när man skall beskriva personligheter, skall kunna avkodas i språket. Den lexikala hypotesen handlar om att människan över tid utvecklar brett använda, allmänna termer för individuella skillnader i sina dagliga interaktioner. Den lexikala modellen erbjuder ett synsätt och en teoretisk modell för studier av personlighetsegenskaper genom att man utgår från de egenskapsord som används i vardagsspråket och därefter sorterar dem och summerar dem så att man får ett mindre antal grundegenskaper. På ett liknande sätt kan man argumentera att de ideologiska aspekterna kan avkodas i vissa ord, yttranden, som på ett sätt denoterar det som ideologierna innehåller. Ordet *solidaritet* står till exempelvis, per definition, för att ställa upp för andra, att gemensamt ta ansvar för något, att i egenskap av del av en grupp verka hänsynsfullt och utan egenintresse för denna grupps bästa. Ett exempel på hur marknadsideologin sipprar ned och representeras i språkbruket finner vi när utbildningssystem blir kommodifierade och studenter blir kallade «*kunskapskonsumenter*» eller «*produkter* skapade av universiteten» (Kanner & Soule, 2003, s. 59). Det faktum att naturresuser kan bli kommodifierade och att språkbrukert kan reflektera att en sådan ideologisk förändring har skett kan man exempelvis se i kölvattnet från diskursen om koldioxidutsläppsrätt. På United Nations Framework Convention on Climate Changes hemsida står «Carbon is now tracked and traded like any other commodity». Att en överallt förekommande gas nu skall betraktas som en kommoditet skulle troligen verka fullständigt främmande för ett natursamhälle. Element av kulturer, språk, symboler, normer, traditioner, värden och institutioner, har på djupet blivit transformade av konsumismen i samhällen världen över. Ordet *konsument* är nu ofta använt som utbytbart med *person* i de tio mest använda språken i världen och förmodligen i många fler (Assadourian, 2010).

Singelord och yttranden.

Denna studie är inriktad på språkanvändning och hämtar data ur mediearkiv för att empiriskt beskriva ideologi. Dessa sökningar i mediearkiv baserar sig på singelord eller yttringar. Evans (2009) hävdar att ord aldrig är meningsfulla oberoende av yttrandet vari de ligger inbäddade i eller den encyklopediska kunskapen och extralingvistiska kontexten som avgör hur ord inlemmade i yttranden ska bli tolkade. Blakar (1973/2006) menar i sin tur att inte ens singelord är neutrala. Ända ner på ordnivå kan man finna exempel på hur våra interaktioner påverkar vår omgivning (Blakar, 1973/2006). Inte ens alternativen i en synonymordbok är enligt Blakar neutral. Val av synonym är också ett av avsändarens viktigaste verkkningsmedel. Vid val av synonym kan avsändaren signalera en inställning till det omtalade. Att t.ex välja mellan orden «arbetsgivare» eller «arbetsköpare», «terrorist» eller «frihetskämpe» är ett val mellan två olika ideologiska ramar på grund av två olika semantiska associativa nätverk

(Blakar, 1973/2006). Val mellan olika ord avspeglar och är uttryck för olika perspektiv och intressen hos språk användaren. Genom ett val mellan potentiella uttrycksformer kan avsändaren använda sig av sin definitions makt.

Denna undersökning är inriktad på ändringar av användning av ord, och begrepp, över tid. Om språket vi använder över tid visar förändring genom att vissa ord ökar eller minskar frekvens så kan det tyda på ideologiska förändringar i samhället där orden används (Bruer, 2010; Nafstad, 2002; Nafstad & Blakar, 2002/2006; Nafstad, Blakar, Carlquist, Phelps & Rand-Hendriksen, 2007, 2009; Rand-Hendriksen, 2008).

Användning av ord i tidningsartiklar.

Vad innebär då att ett ords frekvens ökar, minskar eller förekommer lika ofta över tid i den allmänna diskursen? Man kan dela in ett ords frekvens i ökning, minskning eller frånvaro därav. Dessutom har vi introduktionen av nya ord i språkbruket och bortfallet av gamla ord. I Oslo ideologiprojektet har man antagit att vissa perspektiv blir helt tagna för givet och därför inte debatteras. Vid införandet av nya fenomen eller element i en grupp eller samhällsordning kan man däremot förvänta sig att fenomenet, elementet, ordet, kommer diskuteras mer livligt och därför öka frekvensen av det i media (Nafstad, 2002; Nafstad & Blakar, 2002/2006; Nafstad, Blakar, Carlquist, Phelps & Rand-Hendriksen, 2007, 2009). Detta förutsätter att media är med och fångar upp rådande trender och diskurser i samhället. Åren efter 2001 efter att de båda tvillingtornen i New York blev förstörda av två flygplan så förekom ordet *terror* mer frekvent i media än vad det hade gjort åren innan (Rand-Hendriksen, 2008). Man kan alltså i viss mån säga att ett ords frekvensökning i den allmänna diskursen innebär en slags ökad diskussion och där igenom, och det är viktigt, en ökad mental representation av temat vare sig den består i en positiv eller negativ inställning i debatten. Samtidigt kan ett fenomen vara lika aktuellt i debatten, men ett ords popularitet kan avta och ordet försvinna ur diskussionen för att ersättas av ett annat ord som refererar till samma fenomen. I denna uppsats antas, sammanfattningsvis, att om ett ords frekvens ökar så innebär det en ökad mental representation av fenomenet i samhället. Dessutom kan frekvensökningen även tyda på att ordet ersätter ett annat och alltså upprätthåller en redan existerande debatt. Om frekvensen minskar så innebär det antingen att fenomenet är taget för givet, men fortfarande finns i vårt medvetande, eller så innebär det en frånvaro av debatt och därmed också en minskad representation av fenomenet i samhället eller rentav en total frånvaro av medvetenhet kring fenomenet. En minskad frekvens också bero på att det aktuella ordet ersätts av ett annat, och behöver alltså inte vara ett tecken på att diskussionen eller fenomenet försvunnit. En jämn förekomst av ordet, dvs en stadig frekvens, antas tyda på att den mentala representationen är jämt fördelad över tid. Om nya ord identifieras i språkbruket antas att ett

nytt fenomen introducerats eller att det ny ordet ersätter ett annat. Vid «utdöendet» av ett ord antar vi, som vi gjorde vid minskad frekvens, att fenomenet det denoterar har blivit införlivat i samhället, blivit taget för givet, eller att fenomenet fortsätter att existera, men nu med hjälp av andra ord, eller helt glöms bort och försvinner från den mentala representationen. Om det finns en mental representation av ett fenomen närvarande i en offentlig sfär, så är den på ett eller annat sätt med och påverkar sättet vi lever på.

Antaganden i denna studien av ideologier i Norge och Sverige.

Ett av syftena med Oslo ideologiprojekt är att studera hur globaliseringen påverkar ett antal länder. Tidigare har Oslo ideologiprojekt kartlagt språkbruket i Norge, Iran, Turkiet, Tjeckien, Usa och Ghana med fokus på panideologierna individualism och gemensamhetsvärderingar i en värld allt mer dominerad av nyliberalismen som ideologisk hegemoni (Nafstad, 2002; Nafstad & Blakar, 2002/2006; Nafstad, Blakar, Carlquist, Phelps & Rand-Hendriksen, 2007, 2009). Vidare har de jämfört utvecklingen i Norge, Tjeckien och Ghana. (Bruer, 2010, Nafstad, Blakar, Botchway et al., under utgivning). Denna uppsats bygger på en deskriptiv jämförelse mellan Norge och Sverige med avseende på gemenskap och individualismideologi. I den första delen av studien använder jag de femton⁴ sökord som Oslo ideologiprojekt använt sig av för att identifiera individualism- och gemensamhetsideologisituationen. Jag är som antytt intresserad av hur vi utvecklar ett hållbart och försvarbart sätt att leva på jorden. Jag antar att individualism och konsumismen och gemensamhetsideologierna i ett samhälle nödvändigtvis måste vara styrande för hur vi människor relaterar oss till miljön. Denna uppsatsen kartlägger därför centrala egenskapsord som används i vårt dagliga liv om miljö och hur vi förhåller oss till naturen. Från individualismen, speciellt konsumtionsdimensionen av dagens neoliberalism, och gemensamhetsideologin blir, som jag nu har argumenterat, nödvändigtvis bestämda egenskapsord utformade. Det är sådana egenskapsord och frekvensen av dem jag undersökt för i perioden 1995 - 2010 i Norge och i Sverige. Det är ingen grund till att anta stora skillnader hos de 15 individualism och gemensamhetsideologiorden i Norge och Sverige. Länderna ligger så nära varandra, har så lika språk och samhällsstrukturer. I utvecklingen och användningen av miljöord i Norge och Sverige har jag heller inte en antagelse om stora skillnader. Båda samhällena har ganska lika styrelsesätt. Båda är demokratier och båda har en stark välfärdstradition samt en någorlunda god jämställdhet. Vidare är norskt och svenskt arbetsliv såpass lika att Tekniskt ukeblad generaliserar svenska konjunkturinstitutets siffror vad gäller löneskillnader till att vara giltiga till norska arbetsförhållanden (Dahle, 2011). Både Norge och Sverige placeras bland de fyra mest jämställda länderna i världen enligt World Economic Forum där hälsa, utbildning,

4 I vissa artiklar är det färre, i andra fler.

arbetsmarknad samt ekonomisk och politisk makt är områden som tas hänsyn till när rankningen görs (Ohlsson, 2010). När det gäller samhällsvariabler som styrelseskick, arbetsliv, jämställdhet och så vidare, så är Norge och Sverige mycket lika varandra. Jag vill också nämna att när jag nu har levt i de båda länderna, märker jag heller inte stor skillnad.

Metod

En deskriptiv longitudinell och komparativ design.

Studien baseras på en longitudinell och komparativ deskriptiv design. Den kartlägger och beskriver statistiska förändringar i arkiverat medialt språkbruk över tid (Nafstad & Blakar, 2002/2006; Nafstad, Carlquist, & Blakar, 2004; Nafstad, Phelps; Carlqvist & Blakar 2005). Som nämnt ovan så speglar språket de fenomen förekommer i ett samhälles diskurser. Gör man en kartläggning i olika länder kan resultaten jämföras och diskuteras. Metoden som Oslo ideologiprojekt använt sig av är utvecklad som en «mixed methodology design» (Tashakkori & Teddlie, 1998) där både kvantitativa och kvalitativa paradigmer kombineras då man bedömer ideologiska skiften. I denna uppsats som bygger på en storskalig kartläggning är det möjligt att ha en mer kvantitativ tillnärmning. Denna typ av studier kan betraktas som induktiva analyser. (Nafstad & Blakar, under utgivning; Nafstad, Carlquist & Blakar, under utgivning).

Genom pilotstudier och teori, genomgång av psykologisk litteratur samt samhällsvetenskap och ideologiprojektets egna empiriska studier under många år har Oslo ideologiprojekt identifierat ett mindre urval (12-15) sökord som används i de komparativa studierna av individualism och gemensamhetsvärden (Nafstad & Blakar, 2009, Nafstad, Blakar, Carlquist, Phelps & Rand-Hendriksen, 2007, 2009). Här följer de femton ord som Oslo ideologiprojekt använder sig av i de komparativa studierna av individualism och gemensamhetsvärden. Det norska ordet står först: *plikt*⁵/*plikt**, *ansvar**/*ansvar**, *solidari**/*solidari**, *jeg* OR⁶ *meg/jag* OR *mig*, *vi* OR *oss/vi* OR *oss*, *likhet**/*likhet**, *rettighet**/*rättighet**, *felles**/*gemensam**, *samhold**/*sammanhållning**, *brukere*⁷/*användare*, *borgere/medborgare*, *rettferdighet**/*rättvisa**, *samhørig**/*samhörig**, *selvrealisering**/*självrealisering** och *selvutvikling**/*självutveckling**

När det gällde miljöord måste jag själv skapa ett utval. Vid val av dessa miljöord har jag försökt finna de egenskapsord som hör hemma i gemensamhetsvärdesfären och individualismfären, men som samtidigt är knutna till miljödiskursen. En sådan inventering kräver först att miljön sammanfattas på ett övergripande plan. Enligt diverse filosofier och

5 * står här för att ordet är trunkerat. Trunkeringsfunktionen redovisas senare i texten.

6 Ordet OR är en booleansk funktion och denna redovisas senare i texten.

7 Orden *brukare/användare* samt *borgare/medborgare* söktes i plural för att undvika andra meningsinnehåll av ordet.

religioner består världen av de klassiska elementen jord, luft, vatten och eld⁸. Inspirerad av denna klassiska indelning har jag försökt hitta och samla miljöideologiskt intressanta ord. Jag har vidare försökt hitta ord inom dessa miljöelementsgrupperingar som är centrala för det miljötema jag har tagit upp i teorigenomgången. Jag har delat in orden i grupper för att tydliggöra deras förhållande till panideologierna. Jag har vidare försökt samla ord som är relaterade till miljöbeteende både på mikronivå, representerad av individplanet, och på makronivå, här representerat av en mer institutionell nivå. Det är ord som är relaterade till konsumism, energi, transport, offentliga åtgärder, kemikalier och nyord, som jag ansett särskilt intressanta. T.ex så kan sättet vi transporterar oss själva styras av gemensamhetsideologier eller individualism, miljöhänsyn eller miljöignorans. Jag har således exempelvis valt ord som *kollektivtrafik** respektive *privatbilism** som är ett försök att fånga upp ett gemensamhetsrelaterat miljöhänsynstagande ord för att kontrastera det med ett mer individualistiskt och mer miljötärande ord. Ord som *cykel** är valt då cykel är ett ord som fångar en individualistisk aspekt men som också tyder hänsyn till miljön. De miljörelaterade sökorden som efter utgallring, till slut framstod som viktiga, är presenterade i tabell 3-8.

Översättning

Ett metodproblem när man skall jämföra två länders språkbruk, är översättningen av sökorden. Om man ska jämföra länder så bör man undvika ord som är kulturspecifika (Bruer, 2010). Då jag har bott i Norge i fem år tycker jag mig behärska förståelsen av de valda sökorden. Dock används orden en aning annorlunda i de båda språken. Tillexempel så är det norska ordet *brukare* översatt till *användare* på svenska då det svenska ordet *brukare* används en aning annorlunda, kanske som beteckning på en klient inom omsorg som har personlig assistans. För att vara säker på att orden översätts korrekt har jag valt att översätta alla orden med hjälp av översättningssökmotorer. De sökmotorer jag har använt mig av är itranslate4.eu, ordbok.nada.kth.se, ordnett.no, tyda.se samt norstedsord.se. För att vara säker på att de svenska sökorden efter översättning från norska på samma sätt som sina norska motsvarigheter har jag haft informella diskussioner kring översättningar och användningsområden med mina norska handledare samt, vad gäller de panideologiska orden, en person från norska ambassaden i Sverige samt svenska språkrådet för att vara säker på att ett ord inte misstas för ett annat då språken är så lika. När ett ords översättning resulterar i två till synes synonyma ord, har jag uteslutit de som inte används speciellt ofta. T.ex har svenska ordet *rättfärdighet* uteslutits till förmån för *rättvisa* som alltså bättre översätter det norska ordet *rettferdighet*. I vissa av miljöorden är det ibland riktigare att söka på båda alternativen.

8 Ibland även ett femte: Eter.

Ordkorpus

Samhällen har tillgång till olika sorters ordkorpus. När man vill analysera och kartlägga språkutveckling är det emellertid viktigt att man hittar källor som reflekterar generella diskurser i samhället (Bruer, 2010). Då många korpus nu är elektroniskt lagrade så erbjuder det en möjlighet att göra mycket breda sökningar och få tillgång till enorma mängder ord. På bloggar och andra sociala medier skulle man kunna finna ett naturligt förekommande språkbruk värt att analysera. Men för att kunna få med sig språkliga förändringar över tid krävs det samtidigt att arkiven skall äga ett tidsmässigt hållbart omfång. Oslo Ideologiprojekt har valt tidningsarkiv av denna anledning. Att använda sig av mediearkiv är dessutom en bra källa till forskning då de finns tillgängliga i den form de förekommer naturligt i samhället vi lever i och alltså inte har manipulerats av forskare. I Norge är tidningar sökbara genom den onlinebaserade tjänsten Retriver som är nordens största digitala nyhetsarkiv innehållande tryckta dagstidningar, tidskrifter och affärspress. Retriever ägs av Tidningarnas Telegrambyrå (TT) och Norsk telegrambyrå (NTB) (Retriever, 2010). I detta mediearkiv kan man söka artiklar från alla stora dagstidningar, landsortstidningar och hundratals tidskrifter. Artiklarna går att läsa precis som de kom ut i original med bild, grafik och sammanhang. Mediearkivet är det arkiv som lämpar sig bäst försökning i äldre tryckt tidningsmaterial. I Retriever kan man söka på ett ord och få information om hur många artiklar som har innehållit det sökordet angivet per månad eller per år. Rand-Hendriksen (2008) har designat ett användargränssnitt som ur Retriever extraherar ordfrekvens per år, producerar en grafisk representation av användningsfrekvens och kalkylerar frekvenser av sökord justerade relativt det totala antalet artiklar varje år. I Retriever finns en så kallad booleansk funktion med vilken man kan söka efter kombinationer av ord. Med hjälp av den booleanska funktionen kan man genom att slå in orden OR, AND och AND NOT i kombination med valda sökord identifiera artiklar som innehåller orden x^9 OR y , x AND y samt x AND NOT y . Retriever innehåller dessutom en trunckeringsfunktion vilket innebär att man med hjälp av tecknet * kan möjliggöra identifikation av alla ord eller yttranden som startar eller slutar med en viss bokstavssträng. Trunckeringsökningen innebär att sökordet då blir identifierat i alla sina former. Singularis och pluralis, bestämd och obestämd form, som del av en längre sammansättning och så vidare. Exempelvis ger en sökning på ordet *solidari** resultat på antal artiklar per år som innehåller både ordet solidaritet, solidarisk, solidaritetsbenägen, solidariteter etc. Vidare kan man med hjälp av citationstecken söka på exakta fraser. Sökning på yttrandet «*alternativ energi*» leder då till artiklar som innehåller orden *alternativ energi* i just den ordningen.

9 Bokstäverna x och y står här för de sökord man väljer för sina sök.

Representativitet

För att säkra representativitet bör man inkludera tidningar med olika profiler från samhället. Detta bidrar till olika ideologiska hållningar och reflektioner från ett samhälle. Ju fler tidningar som visar på en trend desto bättre representativitet uppnår man. Men det är essentiellt att i longitudinella studier också täcka ett så långt tidsspänn som möjligt. I Norge har man i Oslo ideologiprojekt därför valt den rikstäckande Aftenposten, som i Retriever är sökbar så långt tillbaka som 1984, då de kartlagt språkets utveckling. Aftenposten representerar en traditionell tidning som täcker politik, inhemsk såväl som utländsk ekonomi, kultur och sport. Aftenposten anses vara något konservativ. Som motsvarighet till Norska Aftenposten har jag valt Svenska Dagbladet (SvD) som är en av de största rikstäckande (Ericsson & Lundqvist, 2010) morgontidningarna, «som i princip tar ställning till målgruppen *hela svenska folket*» (Kasemo & Kriström, 2009, s. 20). Dagens Nyheter, som är Sveriges andra största dagstidning, är inte sökbar i Retriever. SvD kommer ut sju dagar i veckan och hade 2009 en vardagsupplaga på 195 200 exemplar (Kasemo & Kriström, 2009). SvD utkommer varje dag i tre delar: Nyheter, Kultur och Näringsliv. Tidningen ägs till största delen av Schibsted (Kasemo & Kriström, 2009, Mediekartan 2010 i Göteborgs Fria tidning, 2010). SvD är liksom Aftenposten en aning konservativ i sin hållning, eller «moderat» enligt Ericsson och Lundqvist (2010, s. 49). Svenska Dagbladet (2010) beskriver sig själv som en riksspridd morgontidning som varje dag når cirka 500 000 läsare över hela landet och som på ledarplats är obunden moderat. SvD är Sveriges femte största dagstidning (Statistiska centralbyrån, 2010, s. 6) med en upplaga på 192 800 år 2010.

Aftenposten är en något större tidning (totalt 83 405 artiklar justerat i 2010) än SvD (totalt 51 352 artiklar justerat i 2010). Det är viktigt att ta hänsyn till denna skillnaden i omfång där antalet artiklar, år 2010, som innehåller vissa sökord jämförs direkt. Men i huvudsak är det utvecklingen över tid i de två länderna som kommer bli jämförd. Att välja sökord ur en tidning som en indikator för utvecklingsförändringar i ett lands språkbruk kräver ideellt sett att tidningen är representativ gentemot de andra tidningarna för det fenomen man vill undersöka, trots att tidningarna har olika profiler. Jag har därför också utfört korrelationsanalyser av utvecklingsmönstret över tid för frekvensen av ordanvändning för varje sökord. Både i Norge och Sverige har vi alltså valt inflytelserika tidningar som avspeglar diskurserna i samhället. Ideellt sett skulle vi också bara använda sökord där utvecklingen i de två tidningarna är representativa för utvecklingen i media generellt. Men som vi ser av tabell 1 nedan, har det använts en del sökord där utvecklingen i Aftenposten och SvD inte korrelerar signifikant med ett utval av andra norska¹⁰ respektive svenska¹¹ tidningar.

10 Bergens Tidene, Dagens Næringsliv, Nordlys, NTB och Verdens Gang.

11 Aftonbladet, Helsingborgs Dagblad, Tidnignarnas telegrambyrå (TT) och Västerbottens kuriren. TT är bara sökbar i Retriever sedan 1998.

De sökningar som inte är representativa måste tolkas med stor försiktighet. Samtidigt vill jag lägga till: Ofta är det på grund av ett lågt antal artiklar de ickesignifikanta fynden som gäller representativitet uppstår. Detta är dock intressant i sig, då just avsaknaden av ett ord kan vara lika informativt som närvaron av ett annat. Som exempel så har jag valt att ha med ordet *konsumism** i tabell 3 a av den anledningen då «State of the world», utgiven av World Watch Institute, som varje år släpper en övergripande rapport av progressionen mot ett hållbart samhälle, ägnar hela sin 2010-upplaga åt just konsumismen.

Tabell 1. Signifikansnivå för sökordens representativitet i *Aftenposten* (LNWjusterat för 1984 - 2010 samt 1995 - 2010) och *SvD* (artikeljusterat från 1995 - 2010).

Sökord	Aftenposten		Svenska Dagbladet
	1984 - 2010	1995 - 2010	1995 - 2010
Individualistiskt denoterande ord			
jeg OR ¹² meg/jag OR mig	.00** ¹³	.00**	.00**
brukere/användare	.00**	.00**	.00**
rettighet* ¹⁴ /rättighet*	.00**	.00**	.00**
selvrealisering*/självrealisering*	.00**	.00**	is
selvutvikling*/självutveckling*	.00**	.00**	is
Gemensamhetsdenoterande ord			
vi OR oss/vi OR oss	.00**	.00**	.008**
rettferdighet*/rättvisa*	is	.03* ¹⁵	is
likhet*/likhet*	.00**	is	is
plikt*/plikt*	.00**	.01*	is
ansvar*/ansvar*	is	is	is
solidari*/solidari*	.00**	.00**	.04*
felles*/gemensam*	.00**	is	is
samhørig*/samhörig*	.00**	.00**	is
borgare/medborgare	is	is	.00**
samhold*/sammanhållning*	.04*	is	.02*

Justering

Ett sökords frekvens anges i denna uppsats som antal artiklar som innehåller ordet (frasen) per år. Det finns två potentiella felkällor som man måste kontrollera när man kartlägger ändring

12 OR är en booleansk term som betyder att resultat som innehåller det ena eller andra ordet tages med.

13 ** betyder här att representativiteten för sökordet är signifikant på 0.01 nivå.

14 * betyder här att sökordet är trunkerat.

15 * betyder här att representativiteten för sökordet är signifikant på 0.05 nivå.

över tid på det sättet. För det första kommer det bli variation i det totala antalet artiklar som publiceras varje år i en tidning. För det andra så kan längden av artiklarna också variera från år till år. Av dessa anledningar så måste en baselinejustering administreras för att syna och jämföra utvecklingstrender över tid då de «råa» data man får ut vid sökningar inte kan ange om förändringen i ords användningsfrekvens reflekterar ideologisk förändring eller ökning eller minskning i det totala antalet artiklar eller artikellängd per år. Datamaterialet i denna uppsats har två empiriska justeringsfaktorer. I Norge har vi tillgång till en lista över de tiotusen mest frekvent använda orden i det norska språkbruket och kan alltså utföra jämförelser av de valda egenskapsorden mot denna lista (Rand-Hendriksen, 2008). Denna sortens justering kommer jag härnäst kalla LNW-justering (List of neutral words-justering). Den norska justeringen korrigerar därför i praktiken både för årligt varierande antal artiklar och för varierande artikel längd. I Sverige finns inte en lista över de mest använda orden. Därför har vi i Sverige istället bara justerat mot antalet artiklar per år. Genom att motorn söker på « » (en artikel måste nödvändigtvis innehålla mellanrum mellan orden) genererar den därmed det totala antalet artiklar per år för tidningen i fråga. Sättet denna justering går till på kommer jag härnäst kalla för artikeljustering. I båda länder har vi alltså justerat så bra det låter sig göras för de felkällor som påverkar variationen i antalet artiklar som innehåller ett bestämt sökord från år till år och det är dessa justerade data som härnäst presenteras i denna uppsats.

Utveckling över tid

Utveckling över tid uttryckt i procent (mätt från startåret till slutåret) för varje sökord ger ett förståbart uttryck för storleken på förändringen. Det finns dock begränsningar med att bara använda sig av procent av analytiska orsaker. För det första blir det omöjligt att kalkylera procentuell ökning eller minskning för nyord, dvs de ord som introducerats i språket under perioden man undersöker. Baseline blir då noll. För det andra så kan procentuell ändring vara flera hundra enheter för de ord och uttryck som har en infrekvent användning. För det tredje uttrycker inte en angivning i procent en skillnad i en gradvis förändring eller en abrupt förändring. För det fjärde fungerar en procentuell ökning och minskning olika: en minskning kan inte understiga hundra procent medan det inte finns en övre gräns för hur många procent ett ords användningsfrekvens kan öka. För det femte så är det svårt att jämföra förändringsmagnituder funna i tidningar som har varit elektroniskt sökbara över olika tidsperioder. För det sjätte så kan man om man beräknar procentuell förändring utifrån startåret och slutåret inte veta om dessa prickar in en plötsligt uppåtgående eller nedåtgående trend. Det vill säga, man kan ha otur att i startåret pricka in en plötslig topp och i slutåret en plötslig sänka vilket ger en överdrivet negativ procentangivelse.

För att möta dessa hinder har måttenhet «estimerad genomsnittlig årlig förändring» eller på engelska «estimated mean annual change» (EMAC) skapats i Oslo ideologiprojekt: (Rand-Hendriksen, 2008). För att beräkna «genomsnittlig procentuell förändring per år i perioden» tar vi en utgångspunkt i stigningstalet för den linjära regressionen för utvecklingskurvan. För att få den relativa och jämförbara stigningen (regressionslinjens gradient upp eller ner), och inte bara den absoluta gradienten för kurvans regressionslinje, skulle man vanligtvis ta utgångspunkt i poängen(talet) för den första observationen (det första året). Men för att poängen(talet) i det första året i vårt tillfälle kan vara noll (nya ord som blir introducerade i perioden), har vi emellertid valt att ta utgångspunkt i genomsnittligt antal artiklar per år i perioden. För att få vårt måttal, genomsnittlig procentuell förändring per år i perioden, tar vi därför stigningstalet (alltså ökning eller reduktion per år i den linjära regressionen), delar med genomsnittspoängen (genomsnittligt antal artiklar per år i perioden) och multiplicerar med hundra.

Man kan också vilja veta hur jämnt eller ryckigt ett ords frekvensmönster utvecklas över tid. En utvecklingstrend kan därför också uttryckas i hur starkt utvecklingsmönstret för ett speciellt ord (data för tidsserien) korrelerar med den årliga tiden själv (1995, 1996, 1997. ... 2010). Detta uttrycker «korrelation med linjär tid».

Miljöord.

Mot bakgrund av teorigenomgången har jag valt ut ett relativt stort antal sökord som jag antar avspeglar diskurser om människa/miljörelationen i media. Jag har kategoriserat dessa sökorden på följande sätt: 1) *Konsumtion*. Konsumtion är ett viktigt tema. Konsumismen är namnet på den ideologi som modererar den. Ett ökad förbrukning av naturtillgångar är idag ett hot mot en hållbar utveckling och bidrar redan till miljöförstörelsen. Här har jag tittat närmare på konsumtion, förpackning och vatten. 2) *Energi*. Alla samhällen behöver energi. Sättet vi tillverkar eller extraherar den är centralt för hur vi förhåller oss till miljöideologier. 3) *Transport*. Transport kan ske på mer eller mindre miljövänliga sätt. Här har jag tittat närmare på kollektivtrafik, cykel och bilism. 4) *Offentliga åtgärder*. Det offentliga samhället kan prioritera en hållbar utveckling på många sätt. 5) *Kemikalier*. Miljön förorenas på många sätt. Här har jag valt ett fokus på kemikalier som tydligt visar på att föroreningen inte bara sker utanför oss själva utan även i våra egna kroppar. 6) *Nyord*. Nyord är sökord som inte var i bruk vid periodens start, men som dyker upp senare under sökperioden. Kategorin nyord handlar om spännande öknings av kanske helt nya fenomen i miljödiskussionen. Alla miljösökord är presenterade i tabell 3-8. Endast sökord där den aktuella tidningen (Aftenposten eller SvD) var representantativ för utvecklingen i andra tidningar i minst ett av de två länderna är inkluderade. Detta kriteriet gäller dock inte för kategorien Nyord, eller för

de ord som är så pass intressanta att dess frånvaro i medialt språkbruk (och därmed lilla antalet artiklar som ofta leder till en dålig representativitet) kräver en teoretisk kommentar.

Resultat: Presentation och diskussion

Jag har här valt att presentera först de norska och sedan svenska resultaten som visar på de panideologiska förändringar representerade i mediaspråkbruk under perioden från 1995 till och med 2010. Som inledning till presentationen av de norska data presenterar jag i tillägg först de norska data från 1984 - 2010. Oslo ideologiprojekt har data från perioden 1984 - 2008 (Nafstad, et al., under utgivning) Genom att utföra egna analyser får jag data om de två sista åren fram till och med 2010. Efter presentation och diskussion av data från båda länderna jämförs sedan de två länderna. Sedan presenteras jämförelsen av miljöideologiskt laddade ord mellan de båda länderna för perioden 1995 - 2010. Resultaten blir diskuterade fortlöpande. Utvecklingsmässiga förändringar över tid för de femton panideologiskt denoterande sökorden för Norge och Sverige presenteras nedan i tabell 2.

Tabell 2. De femton sökorden i den longitudinella analysen av det norska och svenska samhället mellan 1984 - 2010 respektive 1995 - 2010, antal artiklar funna 2010, procentuell ökning/minskning sedan 1984 respektive 1995. Korrelation (Pearson's r) med linjär tid (år) och estimerad genomsnittlig årlig förändring (EMAC) för varje sökord. Norska data är LNW-justerade. Svenska data är artikeljusterade.

Sökord	Justerat antal artiklar 2010	%ökning/minskning sedan		Korrelation med linjär tid (år)		EMAC (%)	
		1984	1995	1984-2010	1995-2010	1984-2010	1995-2010
Individualistiskt denoterande ord							
jeg OR meg (no)	24820	51	22	.97** ¹⁶	.94**	1.7	1.6
jag OR mig (se)	15495	N/A ¹⁷	27	N/A	.84**	N/A	2.1
rettighet* ¹⁸ (no)	1388	46	38	.9**	.9**	1.7	2.1
rättighet* (se)	1091	N/A	16	N/A	.61* ¹⁹	N/A	1.8
brukere (no)	484	83	68	.89**	.83**	3.7	3.3
användare (se)	227	N/A	166	N/A	.82**	N/A	6.3
selvrealisering* (no)	38	283	263	.67**	.88**	4.3	8.6
självrealisering* (se)	1	N/A	0	N/A	.23	N/A	14.3
selvutvikling* (no)	16	630.5	40	.76**	.69**	5.8	6.9

16 ** betyder här att korrelationen är signifikant på .01nivå

17 N/A står för non applicable.

18 * betyder här att sökordet är trunkerat.

19 * betyder här att resultatet är signifikant på .05 nivå

självutveckling* (se)	1	N/A	-66	N/A	-0.39	N/A	-9.9
Gemensamhetsmässigt denoterande ord							
vi OR oss (no)	34371	12	12	.6**	.93**	.4	1.1
vi OR oss (se)	19841	N/A	17	N/A	.72**	N/A	1.6
ansvar* (no)	5373	-11	-6	-0.86**	-0.7**	-0.6	-0.7
ansvar* (se)	4145	N/A	6	N/A	0.29	N/A	.6
felles* (no)	3884	-24	-8	-0.9**	-0.57*	-1.5	-0.5
gemensam* (se)	2264	N/A	-9	N/A	-0.43	N/A	-0.9
likhet* (no)	1335	-10	1	-0.85**	-0.4	-1	-0.4
likhet* (se)	622	N/A	-9	N/A	-0.4	N/A	-0.8
plikt* (no)	789	-24	-11	-0.89**	-0.48	-1.4	-0.7
plikt* (se)	282	N/A	-2	N/A	-0.18	N/A	-0.5
borgere (no)	484	20	12	.33	-0.2	0.4	-0.4
medborgare (se)	712	N/A	3	N/A	.07	N/A	.2
rettferdighet* (no)	312	-15	5	-0.75	-0.3	-1.1	-0.6
rättvisa* (se)	441	N/A	-5	N/A	-0.11	N/A	-0.3
solidari* (no)	284	-64	-40	-0.9**	-0.83**	-4.3	-2.9
solidari* (se)	318	N/A	-0.3	N/A	-0.25	N/A	-0.8
samhold* (no)	190	-28	3	-0.81**	.11	-2.7	0.3
sammanhållning* (se)	106	N/A	10	N/A	.02	N/A	0
samhörig* (no)	36	-64	-39	-0.92**	-0.65**	-4.9	-4
samhörig* (se)	69	N/A	-19	N/A	-0.55*	N/A	-1.3

De norska resultaten perioden 1984-2010 samt perioden 1995-2010.

Då Aftenposten finns arkiverat digitalt i Retriver så långt tillbaka som 1984 vill jag först presentera resultaten utifrån den tidsramen då det ger ett längre perspektiv på utvecklingen i Norge. Därefter presenteras hur förändringen ser ut från 1995 som är det år från vilket SvD är tillgänglig på Retriever.

Utvecklingsmässiga förändringar över tid för de norska orden är presenterade i tabell 2 ovan. Alla individualistiskt denoterade ord ökar. Diskursen med ordet *selvrealisering** och *selvutvikling** ökar med 283 % respektive 630.5 %. Men endast 38 respektive 16 artiklar innehöll ordet i 2010. Det kan förklara de höga procenten, men en EMAC på 4.3 % respektive 5.8 %, visar ändå tydligt på dess ökande närvaro i den offentliga debatten. En ökning på 51 % samt en genomsnittlig ökning på 1.7 % per år (EMAC) av artiklar som innehåller orden *jeg* OR *meg* jämfört med en ökning på endast 12 % och med en EMAC på .4 % för *vi* OR *oss* kan vara en indikation på en ökad individualism i det norska samhället. Då också *rettighet** ökar

med 46 % (EMAC 1.7 %) medan *plikt** minskar med -24 % totalt och med ca -1.4 % per år (EMAC), så kan även detta vara ett uttryck för en ökad individualism i det norska samhället. Båda dessa ordsökningar korrelerar signifikant på .01 nivå med linjär tid. Ordet *solidari** som har en nedgång på -64 % med en estimerad årlig reduktion på -4.3 % (EMAC) kan ett tecken på att det solidariska inte är prioriterat i den norska offentligheten. Ordet *brukare*, som enligt Kasser och Kanner (2003) ideologiskt kan syfta på att individer i ett materiellt samhälle mer och mer konceptualiseras som konsumenter, ökar mycket riktigt med hela 82.6 %, med en genomsnittlig ökning på 3.7 % per år (EMAC). *Borgere* däremot har visserligen också ökat, men bara med 20 % i jämförelse.

Datan visar också nedgång i användningen av ord som kan vara kopplade till gemensamhetsvärden. Alla gemensamhetsrelaterade ord utom nyss nämna *vi OR oss* samt ordet *borgere* minskar med mellan 10 % och 64 %. Mer specifikt; diskursen kring ordet *samhörig** minskar med -64 %, ordet *samhold** minskar med -28 % och orden *felles** och *plikt** minskar båda med -24 %. Detta kan tillsammans med det som redovisats ovan vara med att bekräfta det som tidigare studier inom Oslo ideologiprojekt tolkat till att det verkar som att individualismen ökar i det norska samhället medan gemensamhetsvärdeideologierna minskar.

Jag ska nu presentera de norska resultaten från sextonårsperioden 1995 – 2010. Också sedan 1995 ökar alla de individualistiska orden medan de flesta gemenskapetsdenoterande orden minskar i användningsfrekvens. De individualistiskt laddade orden har ungefär samma stigningstal (korrelation med tid samt EMAC) också dessa åren som i hela perioden 1984 - 2010. Ordet *selvrealisering** visar däremot en dubbelt så hög EMAC. Detta betyder att frekvensen för *selvrealisering** har ökat markant under de sista åren. Analys av de norska sökorden från 1995 till 2010 visar stort sett samma tendenser som från 1984 till 2010. Men denna perioden har mindre drastiska ändringar. *vi OR oss* har fortfarande en 12 procentig ökning, men från att ha haft en EMAC på 0.4 % i förra perioden har den nu stigit till 1.1. *Borgare* har i jämförelse med 1984 – 2010 då ett positivt EMAC värde erhöles fått en brantare negativ kurva i genomsnittlig årlig förändring (EMAC) då resultatet för 1995 – 2010 visar på -0.4 %. Det är dock inte en stor förändring. Vi har i perioden fortfarande en ökning av ordet, men nu på 12 %. Ordet *samhold** går från en minskning med hela -28 % i perioden 1984 - 2010 till att i perioden 1995 - 2010 ha en ökning med 3 %. Från att ha haft en EMAC på -2,7 % 1984 - 2010, så ligger den 1995 - 2010 på .3 %, vilket kan tyda på en ökning av den mentala representationen av ordet *samhold** i diskursen i det norska samhället. Det kan tilläggas att för alla de individualistiskt denoterade norska sökorden finner vi signifikanta korrelationer både 1984 - 2010 och 1995 - 2010. Ingen ligger under .61. Sammantaget visar dessa resultaten att individualistiska ideologier har ökat och gemensamhetsrelaterade ideologier minskat i det norska samhället både mellan 1984 – 2010 och 1995 – 2010. Detta

kan betyda att utvecklingsmässiga mönster av de olika ordens användning har uppstått på grund av att den nutida globaliseringen med sina individualistiska värdegrunder influerar det norska språket mer och mer. I sin tur påverkar detta hur vi konceptualiserar vår verklighet. Det är emellertid viktigt att understryka att skillnaderna mellan utvecklingen i perioden 1995 – 2010 jämfört med perioden från 1984 kan tyda på att den starka individualismen som vi har sett till följd av den globaliserade neoliberalismen möjligen jämnats ut. Vi kan till och med se en viss motreaktion de senaste åren (jmf också Nafstad & Blakar, under utgivning). Låt oss se på huvudfynden hos de svenska sökorden från 1995 till 2010.

De svenska resultaten 1995-2010

När man analyserar de individualistiskt denoterande sökorden i Sverige, finner man följande: För alla individualistiska sökord, utom *självrealisering** och *självutveckling**, ökar frekvensen av artiklar. Omfånget på denna procentökning är 15-165. Alla dessa ökande frekvensers korrelationer med tid är signifikanta. Alla sökorden, utom *självrealisering** och *självutveckling**, är signifikant representativa mot de andra tidnignarna. Detta kan tyda på att vi även i Sverige har en ökning av de individualistiska värdegrunderna i samhällsdiskursen. Denna ökning tycks ha en samstämmig korrelation. Den innebär att det inte är ideosynkratier i individualismdiskursen i SvD. Den är närvarande i hela det svenska tidningsutbudet. Mer specifikt beskrivet har vi en enorm ökning av språkbruke som innehåller ordet *användare*. Trots sitt höga antal av 227 artiklar som innehöll detta ordet år 2010 så har det skett en frekvensökning av ordet på hela 166 %. EMAC på hela 6.3 %, och en korrelation med linjär tid (signifikant på .01 nivå) på .82, visar på att den diskurs som detta ordet syftar på, kanske att den mentala representationen av att personer i media blir betecknade som användare, ökar enormt. Samtidigt finner vi bara en enda artikel som innehåller ordet *självrealisering** eller ordet *självutveckling** år 2010. Det är alltså inte en helt entydig bild av individualistiska ords frekvensförändring. I övrigt ser vi en ökning av orden *jag* OR *mig* och *rättighet** med 27 % respektive 16 % med EMAC på 2.1 % respektive 1.8 % vilket är en stadig ökning av de båda ordens mentala representantationer i samhällsdiskursen.

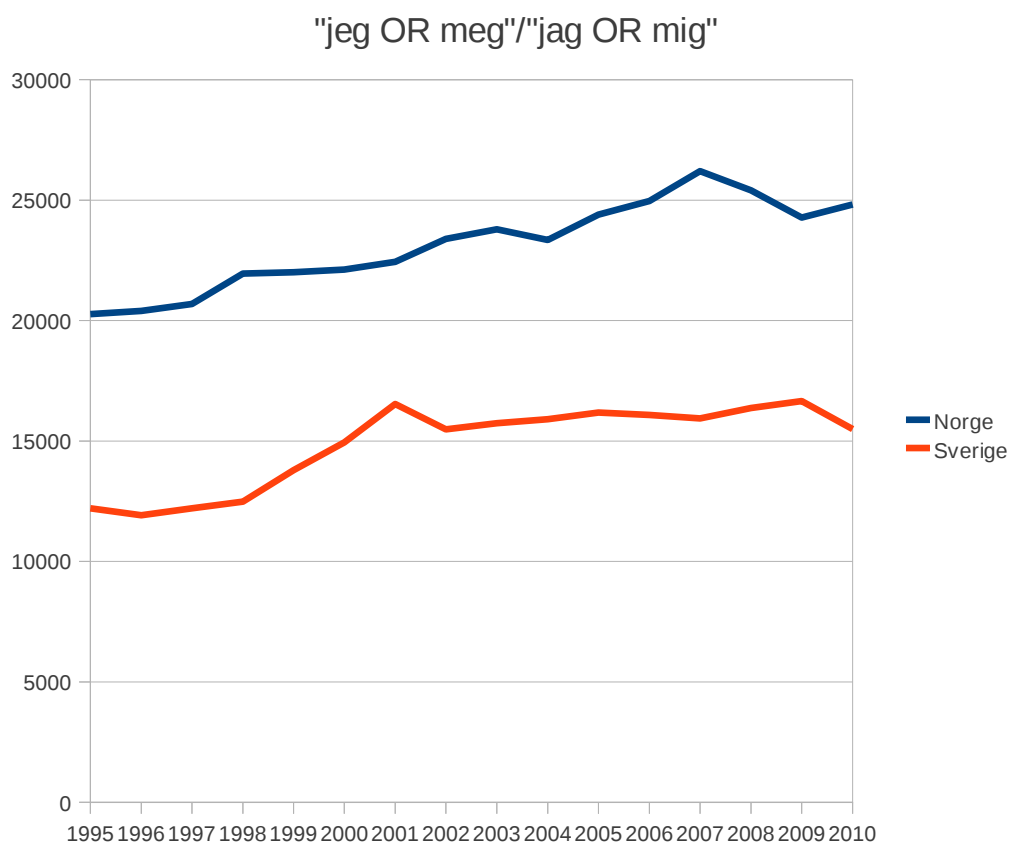
När man analyserar de gemenskapsladdade sökorden finner man följande: Alla gemenskapsladdade sökorden utom *vi* OR *oss*, *medborgare*, *ansvar** och *sammanhållning** minskar i användning över tid. Omfånget på procentreduktionen är 3.1 % - 17.5 %. Endast *vi* OR *oss*, *solidari**, *medborgare* och *sammanhållning** är dock signifikant representativt mot de andra tidningarna. Endast *samhörig** har signifikant korrelation med tid. Detta visar en långt mer spretande bild än de individladdade orden. Långt fler icke-signifikanta fynd vid gemenskapsorden gör att vi måste tolka dessa med större försiktighet. Men som Van Dijk (1995) påpekar, så är de ledande tidningarna dock så pass influerande att vi kan anta att de

data som presenteras här ändå säger oss något viktigt om de ideologier som florerar i samhället. *vi OR oss* är med sin 17 procentiga ökning det sökord som inom gemenskapsorden ökar mest i användning. Detta kan tyda på att några av de gemensamhetsrelaterade värdena ökar i det svenska samhället. Men vid jämförelse med *jag OR mig* finner vi dock en diskrepans på 10 procentenheter. *Jag OR mig* ökar med 27 %. Det är också viktigt att poängtera att även om *vi OR oss* är gemensamhetsorienterat jämfört med *jag OR mig*, så är båda dessa uttryck för en personorientering. Ordet *ansvar** och *medborgare* ökar med 6 % respektive 3 % med en svag EMAC på .6 % respektive .2 %. *Sammanhållning** ökar med hela 10 %, men har en EMAC på 0 % vilket betyder att procentökningen bara fångade en tillfällig fluktuation mellan det första och sista året på grund av en topp det sista året. Detta är kontrollerat mot den grafiska framställningen i sökmotorn. Om denna topp håller i sig får framtiden visa. Kort summerat: Individualismorden (förutom *självutveckling**) ökar i svensk media medan 60 % av gemenskapsorden ökar. (*vi OR oss*, *ansvar**, och *medborgare* och *sammanhållning** ökar. De tre sista ökar dock ganska lite mätt i EMAC). Men hur lika är då medieideologidiskursen i Sverige och Norge.

Jämförelse av de norska och svenska resultaten

I både Norge och Sverige ökar de individualistiska ordens frekvens i medialandskapet. Detta gäller dock inte svenskans *självutveckling**. Mest kännetecknande för orden *selvrealisering*/självrealisering** och *selvutvikling/självutveckling** är dock att vi i Norge finner 16 stycken respektive 38 stycken artiklar år 2010 medan vi i Sverige bara finner en av varje år 2010. Vi kan också se många likheter i de gemensamhetsdenoterande sökordens frekvenser i de båda länderna. De största skillnaderna mellan Norge och Sverige finner vi med ordsökningarna *ansvar*/ansvar**, *likhet*/likhet**, *rettferdighet*/rättvisa** och *solidari*/solidari**. Det norska ordet *ansvar** minskar med 6 % medan det svenska ordet ökar med samma procentsiffra. Norska ordet *likhet** förändrar sig inte nämnvärt uppåt (1 %) medan det svenska ordet *likhet** minskar med 9 %. Det norska ordet *rettferdighet** ökar med 5 % medan det svenska ekvivalenten minskar med samma siffra. Svenska *solidari** minskar knapppt alls, men norska sökordet *solidari** minskar med dramatiska 40 %. Vid en närmare granskning av orden *likhet*/likhet** ser vi dock att EMAC visar en liknande reduktion för de båda orden: -0.4 % för det norska och -0.8 % för det svenska sökordet. Trots dessa påpekade skillnader kan vi dock se många likheter i ländernas mediediskurser.

Tittar vi på en grafisk framställning av resultaten ser vi att vi lättare kan urskilja gemensamma tendenser för sökordens frekvenser. I figur 1 presenteras en graf som visar på detta: Norska och Svenska frekvenser för ordsöken *jeg OR meg* och *jag OR mig*. Som vi kan se, har trenderna i de båda länderna liknande tendenser.



Figur 1. Frekvensen för sökorden *jeg OR meg* och *jag OR mig* i Aftenposten respektive SvD i perioden från 1995 till 2010.

Från grafen i figur 1 framgår det att utvecklingstrenden för de båda sökfraserna var tämligen lika i både Aftenposten och SvD. Denna graf bör tolkas med försiktighet. Då vi har olika antal artiklar i Aftenposten och SvD varje år, så är det inte möjligt att jämföra antalet artiklar «ordagrant». Man kan bara säga att båda ökar med ungefär samma procentandel både i Norge och Sverige. Men grafen kan visa att de generella trenderna går åt samma håll i de båda länderna.

Sammanfattningsvis kan man, som jag antog, konkludera att det inte är så stor skillnad mellan länders medidiskurser för dessa ordsök. Båda länderna har mindre av gemenskaps- och mer av individualismdiskurser. Som jag tidigare har nämnt kommer sådana mer pankulturella ideologidiskurser att forma och styra hur vi utvecklar och formar miljödiskurser.

Beskrivning av resultat från miljöordssökning

Här presenteras nu de olika tabellerna för grupper av miljöord från 1995 – 2010 i Aftenposten och SvD. Jag skall först ta mig an konsumismdiskursen som idag är speciellt formande för våra idéer om, och relationer till miljön. Konsumismdiskursen kännetecknas mer av att «ta av» och «förbruka», än att «vara en del av». Som nämnts tidigare betraktar en rad forskare (Assadourian, 2010; Kasser & Kanner, 2003; Kanner & Soule, 2003; Klein; 2008; Linn, 2010; Sachs & Finkelppearl, 2010) också konsumismen, där livet blir som en marknad, som ett värdegrundlag svårförenligt med en hållbar utveckling. Språkbruket är en aning annorlunda vad gäller orden *konsumtion** och *förbruk** i de båda länderna²⁰ så jag har valt att söka på kombinationen av de båda. På så sätt fångar vi en rättvis bild av ordens frekvens i media.

Tabell 3 a. *Konsumism*.

Sökord	Justerat antal artiklar 2010	% ökn/minsk sedan 1995	Korrelation med linjär tid (år)	EMAC (%)	Representativitet
(no) forbruk* OR konsum*	889	31.2	.6**	2.9	*
(se) förbruk* OR konsum*	940	11.96	.63**	2.1	**
(no) konsumism* OR konsumerism*	0	N/A	.1	4.1	is
(se) konsumism* OR konsumerism*	4	2.1	.6*	7.8	is

Norska orden *konsumism** OR *konsumerism** upplever en nedgång i förekomst år 1995 vilket i enlighet med vår kriteriedefinition gör det till ett nyord (se sida 20). Men det är tveksamt att konkludera att ordet inte skulle ha förekommit innan år 1995. I tabell 2 ovan redovisas de konsumerismrelaterade ordsöken. Resultat från *konsumism** OR *konsumerism** skulle dock enligt kriterier för denna studie dryftat på sida 20 gallras bort från tabellerna då dessa sökord varken var representativa i Norge eller i Sverige. Här vill jag dock hävda följande: Att benämna en ideologi vid dess rätta namn visar på att dess existens diskuteras. Sökordets, nära på, totala frånvaro i den offentliga diskursen med sina noll artiklar funna i Norge 2010 och bara fyra artiklar år 2010 i Sverige synliggör att benämningen av konsumismen nästan är

²⁰ När svenskar säger *konsumtion* så tenderar normmän att säga *forbruk*, men ordet *förbruk* finns även i svenskan och ordet *konsum* (svenskans *konsumtion*) finns även i norskan.

totalt frånvarande i diskursen trots dess oerhörda relevans för en hållbar utveckling. Det kan bero på konsumismens hegemoni. Vår konsumtionsstil är så dominerande och tagen för given att kritik mot konsumismen kanske inte diskuteras i media. Låt mig se på orden *konsum** OR *förbruk**. Dessa visar däremot en 31 procentig och en 11 procentig ökning i Norge respektive Sverige. År 2010 är det 889 antal artiklar i Norge och 940 i Sverige med detta sökordet. Om detta beror på favoriserande eller kritisk diskurs kan inte datan i denna undersökning säga något om, men resultaten visar att fenomenen konsumtion och förbrukning med sina EMAC på 2.9 % (Norge) respektive 2.1 % (Sverige) åtminstone inte är på väg ut ur samhällsdiskursen. Utvecklingen när det gäller förbruk eller konsumtion är ganska lik i Norge och Sveriges mediespråkbruk då det i båda länderna förekommer en ökning på mellan 2.1 – 2.9 % per år (EMAC).

Konsumtionssamhället handlar om kontinuerlig produktion, ekonomisk växt och köp av varor och i ett samhälle med en stark marknadsideologi finns risken att detta också medför kommodifiering av allt som kan ses som värdebärande. Som en bieffekt av konsumtionssamhällets ökade produktion av varor finner vi det som varorna ligger inpackade i: Själva förpackningen. Förpackningen har dessutom ofta i sin tur blivit utvecklad till att bli en slags vara i sig, designad till att öka värdet på den vara den egentligen skall omsluta. Denna förpackning slängs som regel efter öppnandet och blir sedan i folkmun kallad «skräp», «sopor», eller «avfall». Så hur ser diskursen om förpackning och avfall ut i Norge och Sverige? I tabell 3b nedan presenteras frekvensen för förpacknings- och avfallsord i media i de två länderna.

Tabell 3 b. *Förpackning och avfall.*

Sökord	Justerat antal artiklar 2010	% ökn/minsk sedan 1995	Korrelation med linjär tid (år)	EMAC (%)	Representativitet
(no) emballasje* OR innpakning*	145	-15.9	-0.46	-0.9	**
(se) emballage* OR förpackning*	193	5.4	.33	.7	is
(no) avfall* OR søppel*	911	44.4	.85**	3.1	*
(se) avfall* OR sopor*	156	-22.9	-0.23	-1	*

Avfall eller sopor är ett relativt sett mer frekvent tema i Norge än i Sverige. Intressant är att detta temat är ökande i norska medier, men nedåtgående i svenska. Detta visar både procentökning, korrelation och EMAC. Motsatt mönster finner vi för temat förpackning. Med sin modesta årliga reduktion på -0.9 % (EMAC) har orden *emballage** OR *innpakning** minskat med -15.9 % och landat på ett artikelantal av 145 år 2010. SvD däremot har med en ännu mer modest stigning på under en procent om året kommit upp till 193 artiklar som innehöll ordet 2010. För orden *emballage** OR *förpackning** är det en frekvensökning på 5.4 %.

Naturresurser kan tagas till vara på ett hållbart sätt men de kan också överförbrukas, förstöras eller kommodifieras. Vatten, ett av de livsnödvändiga grundläggande elementen, som är livsnödvändigt, ingår som en av de globala allmänna resurserna som diskuterats i teoridelen. Den pågående kommodifieringen av vattnet är ett ideologiskt tema viktig att gripa tag i. I tabell 3 c finner vi resultaten för de sökningar jag gjort för grundelementet vatten. Jag har valt att se speciellt på ordet *flaskvatten**. Detta ordet indikerar för det första det faktum att grundelementet vatten säljs. Vatten har dock varit till salu länge. Men är det så att flaskvatten till individuellt bruk nu har blivit vanligare? Har vatten mer och mer blivit en försäljningsvara ompacketerad i en snyggt designad flaska i Norge och Sverige, båda länder med rik tillgång till offentligt vatten i kranen.

Tabell 3 c. *Flaskvatten.*

Sökord	Justerat antal artiklar 2010	% ökn/minsk sedan 1995	Korrelation med linjär tid (år)	EMAC (%)	Representativitet
(no) vann*	3466	23.2	0.8**	1.4	**
(se) vatten*	2333	.53	.03	0	is
(no) flaske*	534	1.4	.3	.5	*
(se) flaska*	179	-3	.3	.5	is
(no) flaskevann* OR vannflask*	45	2046.9	.82**	18.5	**
(se) flaskvatt* OR vattenflask*	31	369.5	.92**	8.8	**
(no) vannflaske*	25	384.4	.8**	9.8	**
(se) vattenflaska*	15	461.4	.6**	6.6	**

(no)	29	-51.7	-0.7**	-8.8	**
grunnvann*					
(se)	34	-16.3	-0.8**	-5.2	**
grundvatt*					
(no)	20	1771.7	0.77**	12.8	**
flaskevann*					
(se)	5	N/A	.8**	20.4	**
flaskvatten*					

Varken ordet *vann*/vatten** eller *flaske*/flaska** ökar nämnvärt i det norska eller i det svenska medielandskapet. Norska medier har en svag frekvensökning på *vann** med 1.4 % EMAC. I SvD sker det ingen frekvensförändring alls vid sökning på *vatten**. Men ordet *vann*/vatten** förekommer ofta i båda ländernas offentliga diskurs. 2010 fanns det i Aftenposten 3 466 artiklar som innehöll ordet *vann** och i SvD 2 333 artiklar som innehöll ordet *vatten**. Detta livsviktiga element är därför ständigt vanligt i den offentliga diskursen.

I försöket att fånga aspekten av att vatten säljs på flaska, har jag valt sökfrasen *flaskevann** OR *vannflask** i de sex norska tidningarna och *flaskvann** OR *vattenflaska** i de fem svenska. Vattenflaska kan dock även beteckna en flaska som man själv fyller med vatten. Genom att via Retriver titta igenom ett antal tidningsartiklar som innehöll ordet *vattenflaska* ser jag att detta tycks vara fallet i en del av artiklarna men att ordet även kan stå för den nyss nämnda köpflaskan. Ordet *flaskvatten** däremot fångar mer entydigt aspekten av att vatten blir portionerat och köpes individuellt. Sök har därför gjorts på kombination av orden samt var för sig. Orden *flaskevann** OR *vannflaske*s* och *flaskvatten** OR *vattenflask*s* dramatiska ökning på över 2 000 % i Norge och på stora 369.5 % i Sverige är av betydelse trots dess låga artikelantal på 35 i Norge respektive 31 i Sverige år 2010. Ty med en årlig ökning på 18.5 % (EMAC) respektive 8.8 % (EMAC) så kan det vara en indikator på att det att ha vatten i flaskor är något som blir allt vanligare. Något som också diskuterats i teoridelen. Vi ser att orden blir mer och mer inkorporerade i de båda språken.

Alla samhällen behöver energi. Vi är totalt beroende av vad jordklotet kan ge oss. Samtidigt kan vi leva i samspel med jordklotet på mer eller mindre miljövänliga sätt. Vi skall nu se på diskursen om hållbar energi i Norge och Sverige. Jag har sett på ord för miljövänlig, repektive miljöfarlig energi.

Tabell 4. Energi.

Sökord	Justerat antal artiklar 2010	% ökn/minsk sedan 1995	Korrelation med linjär tid (år)	EMAC (%)	Representativitet
Miljövänlig energi					
(no) vindkraft*	90	973.5	.9**	9.9	**
(se) vindkraft*	227	397	.8**	11.5	**
(no) solcell*	92	634	.8**	13.1	**
(se) solcell*	45	189.2	.6*	7.2	**
(no) solenergi*	119	663.4	.8**	15.3	**
(se) solenergi*	35	194	.7**	10.2	**
(no) alternativ AND energi*	84	5.8	.2	.8	*
(se) alternativ AND energi*	113	23.4	.39	1.9	*
(no) «alternativ energi»	9	147.7	.5	4.8	**
(se) «alternativ energi»	4	104.1	.4	11.9	is
(no) förnybar*	265	533.1	.9**	12.4	**
(se) förnybar* OR förnyelsebar*	144	216.6	.8**	11.9	**
(no) «förnybar energi»	179	2762.6	.9**	18.9	**
(se) «förnybar energi»	65	1299.8	.8**	22.3	**
(no) «förnybar energi» OR «alternativ energi»	185	1672.6	.9**	16.5	**
(se) «förnybar energi*» OR «alternativ energi*» OR «förnyelsebar energi*»	99	893.5	.78**	18.8	**
(no) bioenergi*	31	112.3	.4	4	
(se) bioenergi*	5	-57	.2	3.8	**
Miljöfarlig energi					
(no) olje*	2957	50	.88**	2.5	**
(se) olje* OR olja*	1224	14.8	.7**	3	**

(no) oljeutslipp*	115	307.8	.6*	11.3	**
(se) oljeutsläpp*	80	173.7	.2	2.5	**
(no) kjernekraft* OR atomkraft*	167	6.4	-0.07	-0.4	**
(se) kärnkraft* OR atomkraft*	235	-10.3	-0.45	-2.9	**

När det gäller energidiskurser, är det slående lika utvecklingsmönster i de två ländernas media. De enda sökord som i EMAC mätt minskar i denna tabellen är de norska orden «*kjernekraft** OR *atomkraft**» och svenskans «*kärnkraft** OR *atomkraft**». Norge är ett oljeland och där hade jag inte förväntat mig en nedåtgående trend av temat. I Sverige har vi förvånande nog en uppåtgående trend på ord som innehåller *olje*/olja**. Överlag så finns det fler artiklar som innehåller *olja** än de som innehåller de mer miljövänliga alternativen till energi. Men att de miljövänliga alternativen åtminstone är på väg uppåt kan ses som en motdiskurs till oljans hegemoni i både Norge och Sverige.

Många av de miljöproblemen världen idag står inför kan föras tillbaka till hur människor förflyttar sig. Hur samhället conceptualiserar, samtalar och har idéer om transport sätter därför fokus på en viktig miljöproblematik. Nedan presenteras ord som belyser individuella, kollektiva, miljövänliga samt mindre miljövänliga sätt att färdas.

Tabell 5 a. *Kollektivtrafik.*

Sökord	Justerat antal artiklar 2010	% ökn/minsk sedan 1995	Korrelation med linjär tid (år)	EMAC (%)	Representativitet
(no) kollektivtrafikk* OR kollektivtransport*	419	153.6	.84	5.7	*
(se) kollektivtrafik* OR kollektivtransport*	144	27.7	.56*	3	**
(no) tunnelban*	23	4.9	-0.2	-2	is
(se) tunnelban*	402	-8	-0.1	-0.3	**
(no) nsb	394	-45.4	-0.8**	-8.2	**
(se) sj	201	2.4	-0.4	-1.5	is
(no) bilpool* OR bilkollektiv* OR bilkooperativ*	3	10.1	.37	4.9	**
(se) bilpool* OR bilkollektiv* OR bilkooperativ*	4	N/A	,39	5.6	is

Som visat ökar diskursen kring *kollektivtrafikk** OR *kollektivtransport** i både Norge och Sverige. I Norge har vi dock en snabbare ökning per år med EMAC på 5.7 % jämfört med EMAC på 3 % i Sverige. Detta visar på att diskursen är närvarande i offentlig debatt. Ett av kollektivtrafikens viktiga områden nämligen tunnelbanan, här i form av sökordet *tunnelban** är dock på svag nedgång i diskursen. En jämförelse mellan länderna visar en årlig nedgång på svaga -2 % i Norge, men ännu svagare -0.3 % i Sverige. Men det som kan vara värt att poängtera kan vara att trots att Aftenposten i utgångsläget har fler artiklar 2010 än SvD så fanns det endast 23 artiklar i Aftenposten jämfört med SvDs 402. Tunnelbanediskursen är alltså något större i Sverige²¹

Det norska ordet *tunnelban** är ett bra exempel på att vi behöver måttenheten EMAC. En ökning i procentkolumnen och en minskning i EMACkolumnen är ett exempel på den begränsning i procentändring, som presenterades under den sjätte punkten i metodteorin på sida 19, och visar att startåret har färre antal artiklar än slutåret och producerar därför ett positivt mått medan den finkornigare måttet EMAC visar att ordet totalt sett faktiskt minskar över tid. Man har här alltså fångat en tillfällig fluktuering, mellan det första och det sista året, med det grövre procentmåttet. Det kan nämnas att både sökorden *buss*/buss** och *trikk*/spårvagn** har tagits bort ur listan på grund av att orden inte var representativa i vare sig Norge eller Sverige. Människor kan gå samman och gemensamt organisera sina färdmedel på olika sätt. Detta kan bidra till både mer miljövänliga och ekonomiska lösningar. Sökorden *bilpool** OR *bilkollektiv** OR *bilkooperativ** är ett försök att fånga detta. Att dela på ägodelar, istället för att alla människor måste äga var sin, står för en gemensamhetsideologi som också gynnar miljön²². Så hur ser frekvensen av dessa orden ut i en värld där privatbilismen är så dominerande? Sökfrasen förekom endast 3 och 4 gånger i Aftenposten respektive SvD år 2010. Så detta är en gemensamhetsorganisering av transport som i liten grad är satt på kartan i den offentliga diskursen. *Bilkooperativ** är ett nyord i SvD från 1996. *Bilkollektiv** är ett nyord i SvD sedan 1997 och återkommer inte igen under resten av perioden.

Cykel är ett individualistiskt färdmedel, men ett färdmedel som verkligen inte skadar miljön. I tabell 5 b presenteras sökord relaterade till cykel.

21 Beroende på att det är olika antal artiklar totalt i Aftenposten och SvD kan inte antalet artiklar jämföras direkt, men relativa skillnader kan beskrivas och tolkas på detta sättet.

22 I USA har de t.ex börjat med leksaksbibliotek som ett sätt för föräldrar att slippa köpa alla de leksaker som leksaksindustrin vill få dem att köpa (Linn, 2010).

Tabell 5 b. *cykel*.

Sökord	Justerat antal artiklar 2010	% ökn/minsk sedan 1995	Korrelation med linjär tid (år)	EMAC (%)	Representativitet
(no) sykkel*	1152	99.1	.9**	5.1	**
(se) cykel* OR cykel*	466	11.8	-0.2	-0.6	is
(no) sykkelvei* OR sykkelsti*	235	262.3	.8**	7.7	*
(se) cykelväg* OR cykelväg* OR cykelstig* OR cykelstig*	31	46.7	.1	.9	is

Tittar vi på utvecklingen av cykelrelaterade ord, så ser vi av tabell 5 b att ordet *sykkel** ökar i Norge, men orden *cykel** OR *cykel**²³ står nästan helt still i Sverige. Att orden *cykelväg** OR *cykelväg** OR *cykelstig** OR *cykelstig** förekommer så sällan i Sverige med endast 31 förekomster 2010 jämfört med norskans *sykkelvei** OR *sykkelsti**, 235 stycken år 2010, är intressant. Diskursen för vägen (eller stigen) för cyklar är tydligt mer närvarande i Norge än i Sverige²⁴. Temat knytet till cykel ökar alltså i större grad i Norge än i Sverige. Om detta skulle bero på att cyklande tidigare har varit ett mer utbredd tema i Sverige än i Norge kan denna undersökning inte säga något om.

I nästa tabell vill jag presentera det jag tänker som motpoolen till kollektivtrafiken; (Privat)bilismen. För om kollektivtrafiken är ett gemensamhetsideologiskt sätt att försöka färdas miljövänligt, står bilismen som det individualistiska sättet att färdas. Ord som *privatbil*, *taxi*, *privatbilism* och *bilism* är ett försök till att fånga aspekter av privat transport.

Tabell 5 c. *Bilism*.

Sökord	Justerat antal artiklar 2010	% ökn/minsk sedan 1995	Korrelation med linjär tid (år)	EMAC (%)	Representativitet
(no) privatbil*	74	-34.8	-0.5*	-2.6	**
(se) privatbil*	15	-58.4	-0.6*	-3.6	is
(no) bilisme*	13	-6.8	-0.5	-4.2	**

23 I Svenska medier förekommer båda stavningarna av ordet.

24 Beroende på att det är olika antal artiklar totalt i Aftenposten och SvD kan inte antalet artiklar jämföras direkt, men relativa skillnader kan beskrivas och tolkas på detta sättet.

(se) bilism*	19	-56.7	-0.8**	-4.6	*
(no) privatbilism*	9	-58.1	-0.3	-2.6	*
(se) privatbilism*	3	-74.5	-0.5*	-4.7	**

Av tabell 5 c ser vi att orden kännetecknas av minskade frekvenser och att detta gäller i båda länderna. En tolkning av dessa resultaten kan vara att ordet *privat* i samband med *bilism* mer ingår i motdiskursens vokabulär än de som förespråkar bilismen. Om denna tolkning är riktig så kan resultaten visa att motdiskurser om transport är frånvarande och minskande. Men ordet *bilism** minskar också. Det kan hända att privatbilism är tagen för givet. Men det kan också hända att de som förespråkar bilismen inte får lika stor plats i media. Det kan också tyda på att bilismen som fenomen är på nedåtgående men det är tveksamt. Sammanfattande: Bilism och privatbilism är ett tema som minskar i både den Norska och Svenska offentliga diskursen. En inte osannolik förklaring till det är att bilism/privatbilism nästan är fullständigt accepterat och därför inte debatteras så mycket. Det kan noteras att det norska *drosje*/taxi** och svenskans *taxi** har tagits bort på grund av sin icke signifikanta representativitet i båda länder.

Samhällen kan prioritera hållbar utveckling på många sätt. Jag har sett på hur diskurser om offentliga miljölösningar är närvarande eller frånvarande i mediediskursen.

Tabell 6. Offentliga åtgärder.

Sökord	Justerat antal artiklar 2010	% ökn/minsk sedan 1995	Korrelation med linjär tid (år)	EMAC (%)	Representativitet
(no) naturreservat*	41	-19.1	.4	1.9	**
(se) naturreservat*	62	38.1	.3	1.2	is
(no) klimaavtale*	75	1331.3	.5*	12.9	**
(se) klimatavtal*	27	1941	.6*	21.1	**
(no) klimamål*	44	318.4	.7**	18.2	**
(se) klimatmål*	34	2451.7	.7**	22.6	**
(no) miljøtiltak*	48	-48	-0.2	-1.7	**
(se) miljøåtgärder*	5	-31.9	-0.3	-3.9	**
(no) miljølov*	10	23.9	.07	0.4	is
(se) miljölag*	9	-55.3	-0.8**	-8.3	**
(no) miljøavgift*	15	-77.8	-0.7**	-7.1	**
(se) miljøavgift*	1	-94.9	-0.2	-2.8	*
(no) drivstoffavgift*	2	-26.6	.1	3.9	**

(se) bränsleavgift*	0	0	.3	21.2	is
(no) naturvern*	270	-8.9	-0.1	-0.21	**
(se) naturskydd*	101	-5.5	0	-0.9	*

I båda länderna finner vi stora rörelser i teman som reflekterar offentliga åtgärder. Men i allt väsentligt är det stor sammstämmighet i teman i de två länderna t.ex *klimamål*/klimatmål** och *klimaavtale*/klimatavtal**. Aftenpostens klimamål* ökar med hela 18.2 % i EMAC och landar på 44 stycken artiklar år 2010. Vi finner även en enorm ökning diskursen med ordet *klimatavtal*. Det norska ordet *klimaavtale** har ökat med 13 313 % sedan 1995 med en EMAC på 12.9 %. Intrassant nog är minskar orden miljøtiltak*/ miljøåtgärder* i båda länderna. En representativitet signifikant på .01 nivå visar oss detta. I den svenska motsvarigheterna till dessa två ord finner vi EMACvärden så höga som runt 22 %. Även orden miljøavgift*/miljöavgift* och orden miljøforbrytelse*/miljöbrott är på nedåtgående.

Det är inte bara våran yttre miljö som belastas. Även vår inre miljö är utsatt för miljöförstöring. Som nämnts i teorikapitlet lyfter Jarl (2010) en fråga som han anser har hamnat totalt ur diskussionsfokus, nämligen den om de farliga kemikalierna som far runt i våra kroppar och som inte är nedbrytbara. Han nämner t.ex flamskyddsmedel och PCB. Dessa kemikalier finns på många ställen i vår närmiljö. Flamskyddsmedel finns t.ex i kläder vi vidrör varje dag eller i datorer vi använder till vardags. Jag har därför valt att söka på några av dessa ord. Fångar dagens mediediskurser upp detta miljötema? Se tabell 7.

Tabell 7. *Kemikalier.*

Sökord	Justerat antal artiklar 2010	% ökn/minsk sedan 1995	Korrelation med linjär tid (år)	EMAC (%)	Representativitet
(no) kjemikalie*	116	-22.2	-0.1	-0.2	is
(se) kemikalie*	141	12.2	0.2	.5	is
(no) flammehemmere*	9	N/A	.9**	18.4	**
(se) flamskyddsmedel*	8	145	-0.1	-1	**
(no) pcb*	23	-26.6	0	-0.2	is
(se) pcb*	8	-49	-0.7**	-5.6	**
(se) pentabromdifenyleter OR oktabromdifenyleter OR dekabromdifenyleter OR tetrabrombisfenol A OR hexabromcyklododekan	0	0	-0.42	-35.3	is

Här har jag behållit ordet *kemikalie** trots att det inte håller kriteriet för representativitet. Jag vill med ordet *kemikalie** visa att ordet är med i den offentliga diskursen med sina 116 förekomster i Aftenposten och 141 förekomster i SvD år 2010. I Norge har däremot ordet *kemikalie** minskat med -22.2 % medan det i Sverige ökat med 12.2 % från 1995. EMAC för de båda länderna visar dock på en ganska modest reduktion, respektive ökning per år. Men förekomsten av miljötemat kan sedan jämföras med *flammehemmere**/*flamskyddsmedel**, som bara finns med 9 respektive 8 gånger. Om man söker på en kombination av namnet på det som kemikalieinspektionen (2011) i Sverige klassificerar som de fem vanligaste flamskyddsmedlen, får man endast en träff år 1995 i SvD. Det är anmärkningsvärt att den rikliga användningen av sådana farliga medel, ej nedbrytbara i våra kroppar, men överförbara till våra barn, inte medför en mer livlig debatt i media. Aftenposten och SvD skiljer sig inte nämnvärt åt förutom på frekvensen av orden *flammehemmere** och *flamskyddsmedel**. Här finner vi en ökande närvaro i den norska diskursen med en EMAC på 18.4 % och en närmast stillastående frekvens i Sverige. Den ökande frekvensen i Norge landar dock bara på nio stycken artiklar som innehåller ordet *flammehemmere** år 2010. Sverige med sin närmast stillastående frekvens hamnar också på en låg förekomst av ordet *flamskyddsmedel** år 2010. Diskursen om PCB avtar i båda länderna.

Jag ska sist ta mig an kategorin nyord. Nyord har jag definierat som de ord som inte har någon förekomst år 1995 i tidningen i fråga, men som dyker upp minst en gång fram till 2010. Vi kan således ha ett nyord i en av tidningarna som inte är ett nyord i den andra. Ordet kan naturligtvis dock ha funnits med i språkbruket innan år 1995. Nyord är, som nämnt tidigare, intressanta då de antingen tar över ett annat ords betydelse eller berättar om ett nytt «fenomens» inträde med konsekvenser för våra mentala representationer. De ord som presenteras i denna lista är identifierade på grund av ovan nämnda kriterier.

Nedan presenteras tabellen över nyord om miljö som har dykt upp från 1995 i Aftenposten eller SvD.

Tabell 8. Nyord.

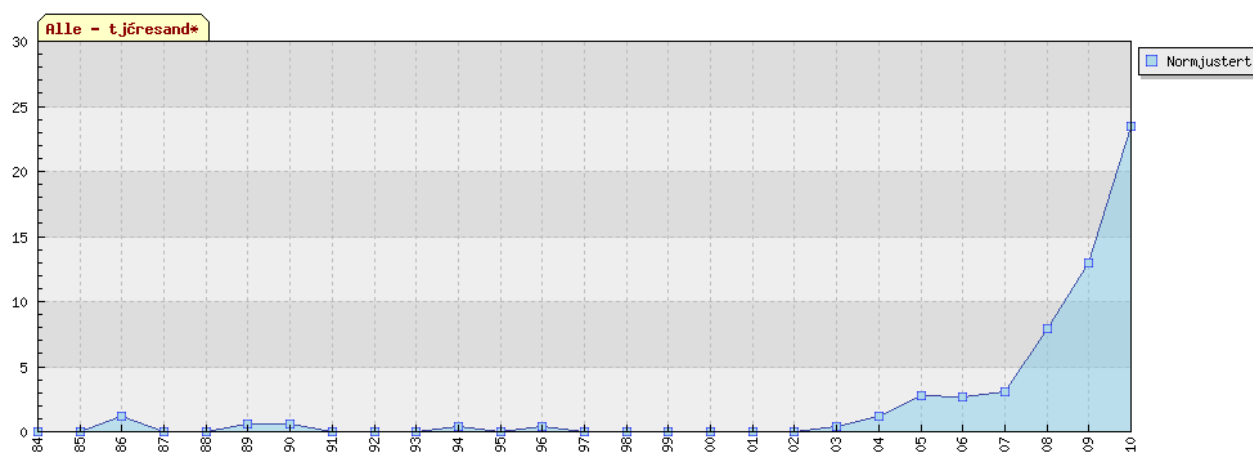
Sökord	Justerat antal artiklar 2010	% ökn/minsk sedan 1995	Korrelation med linjär tid (år)	EMAC (%)	Representativitet	Det år det dök upp i aktuella tidningen
(no) miljøforbrytelse*	0	N/A	-0.4	-10.2	is	1996
(se) miljöbrott*	8	-12.5	0	-0.3	**	Ej nyord
(no) utslippsrett*	1	N/A	.7**	13.8	**	1998
(se) utsläppsrätt*	27	N/A	.8**	17.8	**	1997

(no) utslippshandel*	0	N/A	-0.1	11.8	is	2000
(se) utsläppshandel*	1	N/A	.6**	21.1	**	1999
(no) «bromerte flammehemmere»	7	N/A	.8**	17.5	**	2000
(se) «bromerade flamskyddsmedel»	4	206.2	-0.1	-0.8	is	Ej nyord.
(no) flammehemmere*	9	N/A	.8**	18.4	**	2000
(se) flamskyddsmedel*	8	145	-0.1	-1	**	Ej nyord
(no) tjæresand*	18	N/A	.7**	28.6	**	2003
(se) tjärsand*	0	-100	.2	6	*	Ej nyord
(no) oljesand*	28	N/A	.7**	28.6	**	2003
(se) oljesand*	21	N/A	.6**	25.7	**	1996
(no) «bærekraftig forvaltning»	10	65.1	.2	1.7	**	Ej nyord
(se) «hållbar förvaltning»	1	N/A	.5*	32.2	**	1999
(no) resirkuleringsanlegg*	0	N/A	-0.3	-11.2	is	1997
(no) gjenvinningsstasjon*	5	N/A	.7**	13.9	**	1998
(no) resirkuleringsanlegg* OR gjenvinningsstasjon*	5	N/A	.68**	9.9	**	1997
(se) återvinningsstation*	3	2.1	.3	3.8	is	Ej nyord
(no) naturmangfold*	56	5294.8	.7**	26,3	**	Ej nyord
(se) «naturlig mangfold*»	0	N/A	-0.3	-25.9	is	1997
(no) utlipp* AND klimagass*	178	387.6	.7**	11	**	Ej nyord
(se) utsläpp* AND klimatgas*	18	N/A	.7**	24.5	**	1997
(no) miljøvennlig drivstoff	10	395.4	.5*	16.4	**	Ej nyord
(se) miljövänligt bränsle*	1	N/A	.4	9.5	**	1996
(se) bilkooperativ*	0	N/A	-1.1	-4	is	1996
(no) bilkollektiv	3	10.1	.28	3.6	**	Ej nyord
(se) bilkollektiv*	0	N/A	-0.31	-25,9	is	1997
(se) co2-avgift	0	N/A	-0.2	-16.5	is	1999
(se) bränsleavgift*	0	N/A	.25	21.2	is	2007

Då vi har Aftenposten sökbar från år 1984, går det att kontrollera om det norska sökordet faktiskt är ett egentligt nyord eller bara har en sådan kraftig nedgång år 1995 att inga artiklar blir funna det året, men har varit i bruk de tidigare åren. Vissa ord är dock verkliga nyord. Jag vill nedan lägga speciell vikt vid att beskriva just dessa nyord då det säger oss något om nya

teman i de samhällena vi undersöker. Det intressanta med nyord är också att ord som är nya i ett land kan ha varit använda i grannlandet. Men det finns också exempel på att nyord dyker upp ungefär samtidigt i de två länderna till exempel *utslippsrett*/utsläppsrätt**

Jag kommenterar här några av nyorden. Norska Statoil²⁵ har nyligen erkänt att de har begått 19 miljöbrott mot miljölagstiftningen i delstatens Alberta i Kanadas urskog (Canada, province of Alberta, 7 februari 2011; Miljöaktuellt, 24 augusti, 2011; NRK, 17 augusti, 2011). De har där utvunnit olja ur något som kommit att kallas «tjärsand» och senare «oljesand» och området i Alberta benämns som världens andra största oljeresurs (Athabasca Oil Sands Corporation, u.å.²⁶; Oil Sands Discovery Centre, 2011, s. 5). Metoden som använts är i jämförelse med vanlig oljeutvinning långt mer miljöskadlig (Oil Sands Truth, u.å). Det är svårt att definiera när området började exploateras för sin oljesand men av Energy Resources Conversation Boards (u.å) förteckning över historiska milstolpar över oljesandsexploaterings utveckling så står det klart vi att utvinningstekniken utvecklats långt innan vi ser en stigning i frekvens av orden *tjärsand** eller *oljesand** i Norges eller Sveriges mediediskurser. *Tjäresand*/tjärsand** eller *oljesand*/oljesand** dyker inte upp i medias språkbruk innan år 1996 i Sverige (SvD *oljesand**) och 2003 i Norge (Aftenpostens *tjäresand** och *oljesand**). Debatten kring ett sådant miljövidrigt sätt att utvinna olja kan sägas ligga alltför långt efter. Alternativt blir den ignorerad. Följande graf visar frekvensen för det norska ordet *tjäresand** i alla de sex norska tidningarna från år 1984-2010. Betydelsen av att använda nyord som en empirisk tillnärmning för att beskriva miljödiskurser blir här tydlig.



Figur 2. Det norska ordet *tjäresand** i alla de sex norska tidningarna från år 1984-2010.

Här ser vi hur ett ord, eller fenomen, plötsligt introduceras i den offentliga diskursen.

Av grafen ser vi att ordet *tjäresand** inte strikt är ett nyord då det förekom någon enstaka

25 Statoil Hydro Canada Ltd.

26 U.å står för förkortningen «utan årtal».

gång innan 1995. Det kan mycket väl hända att denna oljesand tidigare har kallats något annat och att det är därför vi inte ser så stor frekvens. Det spännande med nyord är, som Blakar (1973/2006) beskrivit i boken «Språk er makt», att avsändaren av ett budskap har definitionsmakt och nu när oljesand har blivit ett negativt laddat ord värderar myndigheterna i Kanada att skifta namn på tjärsanden från «oljesand» till «enhanced oil» men än så länge är det «ethical oil» som gäller (M, Norman, personlig kommunikation, 18 oktober, 2010; Marchall, u.å). Sökordet är alltså ett utmärkt exempel på att ett nyord eventuellt kan komma att ersätta ett annat ord som är på «utdöende» utan att fenomenet det försöker fånga för den skull försvinner.

Ordet *utsläppshandel** eller *utsläppsrätt** är ett bra exempel på hur man i språkbruket kan se spår av pågående kommodifieringar av natureresurser. Norskans *utslippsrett** har varit ett nyord sedan 1998 och svenskans motsvarighet *utsläppsrätt** har varit nyord sedan 1997. Två år senare dyker ordet *utslippshandel** respektive *utsläppshandel** upp i de båda tidningarna. Ordet *utsläppsrätt* är intressant även på grund av uppbyggnaden av de två delorden «utsläpp» och «rätt». Ordet *rättighet** är ett av de individualismdenoterande sökorden. Ordet «utsläpp» i den här kontexten denoterar till något som förstör miljön. Därför ger ordet *utsläppsrätt** associationer till «rätten att släppa ut», «rätten att skada miljön». Ordet *utsläppshandel** är vidare intressant på grund av att delordet «utsläpp» så tydligt kopplas samman med en marknad.

Orden «*bromerte flammehemmere**» och *flammehemmere** är nyord i Norge sedan år 2000. (Presentationen av orden «*bromerte flammehemmere**»/«*bromerade flamskyddsmedel**» och *flammehemmere*/flamskyddsmedel** står att finna under tabell 7.

Att orden *resirkuleringsanlegg** OR *gjenvinningsstasjon** är nyord i Aftenposten kan vara förvånande men det beror på att det var ett sällan förekommande ord. Därmed dyker det upp i språkbruket lite då och då. I SvD är *återvinningsstation** inte ett nyord. För att kontrollera dessa norska orden gick jag igenom Aftenposten från 1984 och fann att orden faktiskt har använts i långt större utsträckning innan år 1995 än vad det gjorts efter år 1996. Just år 1995 och 1996 innehåller Aftenpostens artiklar inte sökfrasen. Detta visar vikten av att ha längsta möjliga tidsperioder att utgå från när man vill beskriva centrala ideologiska debatter i ett samhälle.

Avslutning och konklusion

Kritiska invändningar

Denna undersökning har empirisk kartlagt och jämfört miljödiskurser i Norge och Sverige. Som diskuterat i teorikapitlet, antog jag att individualism-, konsumism- och gemensamhetsideologisituationen i ett samhälle kommer vara styrande för hur samhället formar sina diskurser om miljön. I den första delen av undersökningen använde jag därför de sökorden som Oslo Ideologiprojektet har använt sig av för att fånga upp utvecklingen av individualism- respektive gemensamhetsideologier i samhället över tid.

En invändning mot denna delen av undersökningen är att den uppsättning av sökord som Oslo Ideologiprojekt använder sig av i sina komparativa undersökningar både är för få och att andra sökord kunde ha varit minst lika relevanta. För att ge ett exempel: Hade jag istället använt sökordet *hjelpe/hjälpa* som ett uttryck för solidaritet, skulle diskursen kunna beskrivas som mer gemensamhetsorienterad och kanske också ha styrt mig mot andra möjliga miljösökord. Detta illustreras i tabell 9 där jag presenterar resultatet av en sökning på orden *hjelpe/hjälpa*.

Tabell 9. *Hjelpe/hjälpa*.

Sökord	Justerat antal artiklar 2010	%ökning / -minskning sedan 1995	Korrelation med linjär tid (år)	EMAC (%)	Representativitet
(no) hjelpe	2034	15.5	.89**	1.8	**
(se) hjälpa	1457	25.6	.55*	1.4	*

Som vi ser ökar dessa sökord i de båda ländernas diskurser. Det måste emellertid poängteras att om vi inkluderar hela den period som Oslo Ideologiprojekt kartlägger, alltså från 1984, så är det ingen signifikant korrelation med tid för sökordet *hjelpe*. I miljödelen av undersökningen valde jag därför en tillnärmning med väldigt många miljösökord. Jag var nämligen intresserad av en bred empirisk beskrivning. En kritik mot denna delen av undersökningen kan därför vara att jag hellre borde ha gått mer på djupet med några få centrala teman, som t.ex vatten och förpackningar. Jag valde emellertid en bred tillnärmning som jag menar ger ett bättre och mindre tillfälligt grundlag för min jämförande beskrivning av miljödiskurserna i de två grannländerna.

När det gäller viktiga och kritiska diskurser om miljö i media, är det också viktig att

poängtera att mediediskurser om speciellt viktiga teman som kan vara relaterat till makt inte nödvändigtvis är speciellt prioriterade teman i de ledande tidningarna. Makten sätter ofta ramarna för vad som diskuteras (Chomsky, 2008). Ett illustrerande exempel på detta är när Chomsky (29 juli, 2010) beskriver hur USAs medier undanhåller information om att doktorer har funnit att leukemiförekomster i Falluja (attackerat november 2004) var högre än det som blev mätt efter bombningen i Hiroshima. Vissa viktiga teman i samhället blir således ignorerade och detta medför en frånvarande mental representation om fenomenet.

Avslutande kommentarer

Ledande media är med och skapar och formar diskurser i samhället. (Van Dijk, 1995; Chomsky, 2008). Ord användna i den offentliga diskursen innebär en ökad diskussion om det tema som ordet representerar och därigenom en ökad mental representation av det aktuella temat i den offentliga sfären som på olika sätt kommer att påverka sättet vi lever på. Denna undersökning analyserar och beskriver mediediskursen om miljötemat i de två grannländerna Norge och Sverige. Vi har i denna undersökningen analyserat miljödiskurserna i de två grannländerna mot en bakgrund av ideologiska brytningar mellan individualism- och gemensamhetsvärden, vad man som Assadourian (2010) kan omtala som kulturideologiska rötter för miljötemat. Utvecklingen över tid av individualism- och gemensamhetsvärden är som förväntat ganska lik i de två välfärdssamhällena. Båda länderna är karakteriserade av att det är individualismen som ökar, till dels markerat. Bilden är mer sammansatt när det gäller gemensamhetsvärden. Men sammanfattande måste det kunna sägas att i båda länderna är, givet att detta kan spåras i språkbruket, gemensamhetsvärdena på vikande front, medan individualismen står starkare. Detta ger oss den ideologiska kontexten som dagens miljödiskurser i Norge och Sverige äger rum i. Givet alla de olika miljösökorden som är kartlagda, är det mest slående hur många av dessa orden som i hög grad ändrar frekvens i användning under den relativt korta perioden (16 år) som vi har haft möjlighet att följa utvecklingen. Relativt få ord har en helt jämn representation i mediediskursen genom hela perioden. De relativt starka ändringarna och svängningarna inom den offentliga diskursen när det gäller dessa miljötemat, blir extra tydliga när vi studerar alla de nya orden och uttrycken som inte användes i början av perioden, men som dyker upp under perioden vi kartlägger. Det vi ser av ändringar är inte sällan drivet av konsumismideologin och det kan se ut som om gemensamhetsvärdena avtar. Ett prototypiskt exempel är flaskvatten. Här ser vi hur en gemensamhetsresurs, vatten, kommersialiseras i ständigt större utsträckning och görs tillgänglig, individuellt, på flaska. När det gäller den komparativa dimensionen, är konklusionen att det är relativt små och marginella skillnader i utvecklingsmönstren mellan de två grannländerna Norge och Sverige. I huvudsak finner vi en likartad utveckling.

Litteraturlista

- Allport, G. (1937). *Personality: A psychological interpretation*. New York: Holt
- Andersen, R. & Miller, P. (2010). Media literacy, citizenship, and sustainability. I L, Starke. & L, Mastny. (Red.), *State of the world 2010: Transforming cultures from consumerism to sustainability*. (27e utg., s. 157-163). London: Earthscan.
- Assadourian, E. (2010). The rise and fall of consumer cultures. I L, Starke. & L, Mastny. (Red.), *State of the world 2010: Transforming cultures from consumerism to sustainability*. (27e utg., s. 3-20). London: Earthscan.
- Athabasca Oil Sands Corporation. Från <http://www.aosc.com/corporate-overview/about-oil-sands.html>
- Axelsson, M. (2010, 18 december). Läsare till högstbjudande. *Göteborgs fria tidning*, 6(49), 14-15.
- Bandura, A. (2002). Environmental sustainability by sociocognitive deceleration of population growth. I Schmuck, P. & Schultz, W. P. (Red.), *Psychology of Sustainable Development* (s. 209-238). Boston/Dordrecht/London: Kluwer Academic Publishers.
- Bauman, Z. (2000). *Liquid modernity*, Polity Press, Cambridge.
- Baumgartner, R. J. (2011). Critical perspectives of sustainable development research and practice. *Journal of Cleaner Production*, 19(8), 783-786.
doi:10.1016/j.jclepro.2011.01.005
- Blakar, R. M. (2006) *Språk er makt*. (1973/2006). Oslo: Pax forlag.
- Bronfenbrenner, U. (1979). *The ecology of human development. Experiments by nature and design*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Bruer, E. S. (2010). Ideology and language: Examining archival method for cross-cultural research. Hovedoppgave. Oslo Universitet. Psykologisk institutt.
- Button, K. & Nijkamp, P. (1999). Series preface. I Ayres, R. U., Button, K. & Nijkamp, P. (Red.), *Global aspects of the environment: Environmental analysis and economic policy* (s. Xiv-xv). Cheltenham UK/Northampton USA: Edward Elgar Publishing.
- Calegari, P., Massimini, F. (1978). *Psicologia dell' artefatto normativo sociale*. Milano: Franco Angeli.

- Canada, Province of Alberta. (7 februari 2011). Hämtat 18 oktober, 2011 från
<http://www.greenpeace.org/norway/PageFiles/261449/48604145-Charges-against-Statoil-Canada-Ltd.pdf>
- Chin, C-Y. & Hung, Y, Y. (2006). *Social Psychology of Culture*. New York: Psychological Press.
- Chomsky, N. (2008). *Att förstå makten*. Stockholm: Ordfront
- Chomsky, N. (29 juli, 2010) Video hämtad den 1 oktober 2010, från
<http://www.zcommunications.org/wikileaks-and-coverage-in-pres-by-noam-chomsky>
- Dahle, D., Y. (2010). Menns lønn synker med kvinnlige sjefer: Når andelen kvinnlige ledere øker i en næring, går menns lønn ned. *Teknisk ukeblad*, 158(22), s69.
- Della Fave, A., Massimini, F., Bassi, M. (2011). *Psychological Selection and Optimal Experience Across Cultures: Social Empowerment through Personal Growth. (Vol 2)* Dordrecht, Springer Science + Business Media B.V. doi:10.1007/978-90-481-9876-4
- Van Dijk, T. A. (1995). Power and the news media. In D. Paletz (Red.), *Political Communication and Action* (s. 9-36). Cresskill: Hampton Press.
- Doise, W. (1982/1986). *L'explication en psychologie sociale/Levels of explanation in social psychology*. Paris: Editions de la Maison des Sciences de l'Homme. Cambridge: Cambridge University Press.
- Du Nann Winter, D. (2003). Shopping for sustainability: Psychological solutions to overconsumption. I Kasser, T. & Kanner, A. D. (Red.), *Psychology and Consumer Culture: The Struggle for a good life in a materialistic World* (s. 69-87). Washington: American Psychological Association.
- Du Nann Winter, D. & Koger, S. M. (2004). *The Psychology of Environmental Problems. (2nd ed.)*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc, Publishers.
- Energy Resources Conversation Board. Från
http://www.ercb.ca/portal/server.pt/gateway/PTARGS_0_0_312_249_0_43/http%3B/ercbContent/publishedcontent/publish/ercb_home/public_zone/oil_sands/history_of_oil_sands_development/
- Evans, V. (2009). *How words mean. Lexical concepts, cognitive models, and meaning construction*. Oxford: Oxford university press.
- Gahrton, P. (2010, 27 augusti). När individualismen går över styr: Vad skulle Durkenheim säga om terrordådet på Utøya och upploppen i London? *Fria tidningen*. s. 13.

-
- Giddens, A. (1990). *The Consequences of Modernity*. Cambridge: Political Press.
- Himmelweit, H. T. & Gaskell, G. (1990). *Societal Psychology*. Newbury Park: Sage Publications.
- Hoeg-Guldberg, O., Mumby, P. J., Hooten, A. J., Steneck, R. S., Greenfield, P., Gomez, E., Hatziolos, M. E. (2007). Coral reefs under rapid climate change and ocean acidification. *Science*. 318(0) 1737-1742. doi:10.1126/science.1152509
- Hofstede, G. (1991). *Cultures and organizations: Software in the mind*. London: McGraw-Hill.
- Jarl, S. (2010). <http://www.underkastelsen.se>
- JAKs medlemsbank. Från <http://www.jak.se/jak-boken-pa-natet/kapitel-9>
- Kanner, A. D. & Soule, R. G. (2003). *Globalisation, corporate culture, and freedom*. I T Kasser & A. D. Kanner. (Red.), *Psychology and Consumer Culture: The Struggle for a good life in a materialistic World* (s 49-67). Washington: American Psychological Association.
- Kasser, T. & Kanner, A. D. (2003). Where is the psychology of consumer culture? I T Kasser & A. D. Kanner. (Red.), *Psychology and Consumer Culture: The Struggle for a good life in a materialistic World* (s 3-8). Washington: American Psychological Association.
- Kemikalieinspektionen. Från http://www.kemi.se/templates/Page____3264.aspx
- Klein, N. (2008). *Chockdoktrinen: Katastrofkapitalismens genombrott*. Stockholm: Ordfront.
- Laimé, M. (2007). Når vann blir mangleware. I A, Gresh., J, Radvanyi., P, Rekecewicz., C, Samary., D. Vidal. (Red.), *Globaliseringens atlas*.(s. 16-17). Oslo: Diplo AS.
- Linn, S. (2010). Commercialism in childrens lives. I L, Starke. & L, Mastny. (Red.), *State of the world: Transforming cultures from consumerism to sustainability*. (27e utg., s. 62-68). London: Earthscan.
- Mandler, J., Barker, D. & Korten. D. C. (2001). Does globalization help the poor? *International Forum on Globalization (IFG): Special poverty report*, 1(3), 2-5.
- Marchall, K. (u.å). Från <http://www.ethicaloil.org/about>
- Meadows, D. (1999). Leverage points: Places to intervene in a system. Hämtad 30 september, 2011 från http://www.sustainer.org/?page_id=106
- Mediekartan 2010. (2010, 18 december). *Göteborgs fria tidning*, 6(49), 12-13.

- Miljöaktuellt. (24 augusti, 2011) Från <http://miljoaktuellt.idg.se/2.1845/1.399727/statoils-miljobrott-i-kanada-bromsade-borsen-i-norge>
- Nafstad, H. E. (2002). The Neo-liberal ideology and the self-interest paradigm as resistance to change. *Journal of psychology* (3)1 s. 3-21.
- Nafstad, H. E. (2004). Introduktion til det omsorgsfulla mennesket. I H. E., Nafstad. (Red.), *Det omsorgsfulle mennesket*. Oslo: Gyldendal Akademisk.
- Nafstad, H. E. & Blakar, R. M., (2002/2006). Ideologier kartlagt gjennom mediaspråket: En analysemetode. I R. M. Blakar (Red), *Språk er makt*. s. 262-290. Oslo: Pax forlag.
- Nafstad, H. E. & Blakar, R. M., (2009). Ideologier om felleskapsordningar i en nyliberalistisk tid. I H. E., Nafstad & R. M. Blakar (Red.), *Felleskap og individualisme*. 1. oppl., s. 135-148. Oslo: Gyldendal Akademisk.
- Nafstad, H. E. & Blakar, R. M. (under utgivning). From an individualized to a societal social psychology: Ideology and ideological changes as reflected in language usage. *Annual review of critical Psychology*.
- Nafstad, H. E., Blakar, R. M., Botchway, A., Filkukova, P. & Rand-Hendriksen, K. (under utgivning). Communal values and individualism in our era of globalisation: A comparative longitudinal study of three different societies. I Knoop, H. H. (Red.), *Cross-Cultural Advancements in Positive Psychology*. (s. ?-?) Dordrecht: Springer Publishing.
- Nafstad, H. E., Blakar, R. M., Carlquist, E., Phelps, J. M., & Rand-Hendriksen, K. (2007). Ideology and power: The Influence on current Neo-liberalism in society. *Journal of Community & Applied Social Psychology*. 17(4), 313-327. doi:10.1002/casp.931
- Nafstad, H. E., Blakar, R. M., Carlquist, E., Phelps, J. M., & Rand-Hendriksen, K. (2009). Globalisation, Neo-Liberalism and Community Psychology. *American Journal of Community Psychology*. 43, 162-175. doi:10.1007/s10464-008-9216-6
- Nafstad, H. E., Carlquist, E. & Blakar, R. M. (2004). Ideology as reflected in language: A theoretical-methodological approach for representing the societal level in social psychology. Working rapport no 2 from the societal ideology project, University of Oslo. s. 30.
- Nafstad, H. E., Carlquist, E. & Blakar, R. M. (under utgivning). Towards a psychology for a humankind and a planet under multiple threats: A social psychology of ideology. I J. P. Valentim (Red.), *Societal approaches in social psychology*. (s. x-xx). Bern: Peter Lang Publishing.

- Nafstad, H. E., Phelps, J., Carlquist, E. & Blakar, R. M. (2005). The representantation of social issues in public discourse and newspaper language. *European journal of social psychology*. 35. s. 829-833.
- NRK. (17 augusti, 2011). Från <http://www.nrk.no/nyheter/okonomi/1.7753086>
- Ohlsson, Å. (2010). Jämställt så in i norden. *Chefstidningen, HR-och ledarskapsmagasin för akademiker*, ?(8), 28-33.
- Oil Sands Discovery Centre. Hämtat den 20 oktober, 2011 från http://history.alberta.ca/oilsands/docs/facts_sheets09.pdf
- Oil Sands Truth. Från <http://oilsandstruth.org>
- Oskamp, S. (2002). Summarizing sustainability issues and research approaches. I Schmuck, P. & Schultz, W. P. (Red.), *Psychology of Sustainable Development* (s. 301-324). Boston/Dordrecht/London: Kluwer Academic Publishers.
- Rand-Hendriksen, K. (2008). Ideological changes measured through changes in language: Development of a new archival method. Hovedoppgave. Oslo Universitet. Psykologisk institutt.
- Rivière, P. (2007). Globale offentlige goder – framtidens utfodring. I A, Gresh., J, Radvanyi., P, Rekeawicz., C, Samary. & D, Vidal (Red.), *Globaliseringens atlas*. (s. 94-95). Oslo: Diplo AS.
- Rockström, J. & Karlberg, L. (2010). The Quadruple squeeze: Defining the safe operating space for freshwater use to achieve a triply green revolution in the anthropocene. *Ambio*, 39(3), 257-265. doi:10.1007/s13280-010-0033-4
- Sachs, J & Finkelpearl, S. (2010). From selling soap to selling sustainability: Social marketing. I L, Starke. & L, Mastny. (Red.), *State of the world 2010: Transforming cultures from consumerism to sustainability*. (27e utg., s. 151-163). London: Earthscan.
- Schmuck, P. & Schultz, W. P (2002). Sustainable development as a challange for psychlogy. I Schmuck, P. & Schultz, W. P. (Red.), *Psychology of Sustainable Development* (s. 3-17). Boston/Dordrecht/London: Kluwer Academic Publishers.
- Smith, J. B., Schneider, S. H., Oppenheimer, M., Yohe, G. W., Hare, W., Mastrandea, M. D., ... Ypersele, J-P. (2009). Assessing dangerous climate change through an update of the Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) «reasons for concern». *PNAS*, 16(11), 4133-4137. doi:10.1073/pnas.0812355106

Tashakkori, A. & Teddlie, C. (1998). *Mixed methodology: Combining qualitative and quantitative approaches*. London. Sage Publications.

Triandis, H. C. (1995). *Individualism and collectivism*. Boulder, CO: Westview Press.

United Nations Framework Convention on Climate Change. Från
http://unfccc.int/kyoto_protocol/mechanisms/emissions_trading/items/2731.php

Statistiska Centralbyrån. Statistik för alla 2011. (2011). Hämtad 18 oktober, 2011 från
http://www.scb.se/Grupp/Klassrummet/_Dokument/Statistik%20f%C3%B6r%20alla_2011.pdf