

Rødt kjøtt, grønne rammer

En studie av den norske kjøttbransjen, EAT og mediernes tolkningsrammer i debatten om kjøtt

Helene Latini



Masteroppgave i journalistikk ved

Institutt for medier og kommunikasjon

UNIVERSITETET I OSLO

16. juni 2020

Rødt kjøtt, grønne rammer

En studie av den norske kjøttbransjen, EAT og mediernes tolkningsrammer i debatten om kjøtt

© Helene Latini

2020

Rødt kjøtt, grønne rammer. En studie av den norske kjøttbransjen, EAT og medienes tolkningsrammer i debatten om kjøtt

Helene Latini

<http://www.duo.uio.no/>

Trykk: Reprosentralen, Universitetet i Oslo

IV

Sammendrag

Debatten om kjøtt har de senere årene fått stor oppmerksomhet. Denne masteroppgaven analyserer en liten del av debatten ved å undersøke hvilke tolkningsrammer om kjøtt den norske kjøttbransjen, EAT Foundation og mediene brukte i forbindelse med lanseringen av EAT-Lancet-rapporten januar 2019, og rammenes tilhørende legitimitetsaspekter. Studien bygger på en kvalitativ og kvantitativ analyse av blant annet 110 artikler fra ti store medier i Norge, 15 utvalgte dokumenter fra aktørens kanaler og dybdeintervjuer med informanter fra EAT og Nortura. Studien identifiserer én ramme EAT tar i bruk, *Reformrammen*, som peker på at verdens matsystem trenger en reform. En del av løsningen er å spise mer grønt og mindre kjøtt. Rammens viktigste legitimitetsgrep er å vise til forskningen i seg selv, EAT-Lancet-rapporten. Den norske kjøttbransjen, på den andre siden, tar i bruk *Bærekraftsrammen* og *Ekspertrammen*, der norsk kjøttproduksjon og -konsum forsvares. Bransjen føler seg angrepet uten grunn, og tar grep om legitimiteten ved å vise at de opererer i tråd med samfunnets normer ved å drive bærekraftig og å følge helsemyndighetenes kostråd. Analysen viser at mediene la stor vekt på kjøttet i deknningen, selv om rapporten handler om mye mer. Flere funn peker likevel i retning av at EAT får mest gjennomslag i mediene, som kan henge sammen med at rammen fremstår legitim.

Abstract

The debate about meat consumption has gained a lot of attention in recent years. This thesis analyses a part of the debate by examining what frames about meat the Norwegian meat industry, EAT Foundation and the media used following the launch of the EAT-Lancet report in January 2019, including the frames' aspects of legitimacy. The study is based on a qualitative and quantitative analysis of, among other things, articles from 110 major newspapers, 15 selected documents from the actor's channels and in-depth interviews with informants from EAT and Nortura. *The Reform frame*, the identified frame from EAT, points out that the world's food system needs a reform. A part of the solution is eating more greens and less meat. The frame seeks legitimacy by referring to the research itself, the EAT-Lancet report. The Norwegian meat industry is using the *Sustainability frame* and the *Expert frame* to defend the Norwegian meat production and consumption. The industry feels attacked for no reason and seeks legitimacy by showing that they operate in accordance with society's standards through sustainable operations and by following the health authorities' dietary guidelines. The analysis shows that the report was framed as a meat report by the media, and not a food report. Still, several findings suggest that EAT's frame has the greatest impact, which may be related to the frame's aspects of legitimacy.

Forord

Sommeren for to år siden fikk pappa en åpenbaring. Han hadde sett en dokumentar om kjøtt og var overbevist om at kroppen ville få det bedre uten animalske produkter. Sammen bestemte vi oss for å teste ut et vegansk kosthold, og pølser og kjøttdeig ble byttet ut med linser, bønner og frukt. Eksperimentet varte ikke lenger enn noen uker, men det fikk meg til å tenke: Bør vi fortsatt spise kjøtt? Dette året har jeg lært mye om medier, mat og meg selv – og at mange vil svare ulikt på det spørsmålet.

Det er flere jeg vil takke for å ha hjulpet meg i mål med oppgaven.

Tusen takk til min kunnskapsrike og engasjerte veileder, professor Øyvind Ihlen (V19-V20). Dine gode tilbakemeldinger har motivert og inspirert hele veien.

Tusen takk til Kommunikasjonsforeningen for tildeling av årets masterstipend.

Tusen takk til informantene fra EAT og Nortura for deltakelse og spennende betraktninger.

Tusen takk til familie og venner for innspill, korrektur, heiarop og kjærighet i en uvanlig tid.

Helene Latini,

16. juni 2020

Innholdsfortegnelse

1	Introduksjon	1
1.1	Oppgavens hensikt og problemstilling	2
1.1.2	EAT-Lancet-rapporten som case.....	4
1.1.3	Begrepsavklaringer og avgrensninger	6
1.2	Oppgavens oppbygging	7
2	Teoretiske perspektiver	8
2.1	Tolkningsrammer.....	8
2.1.1	Rammekonurranser	11
2.1.2	Medierammer	14
2.2	Legitimitetsteori.....	17
2.2.1	Vedvarende legitimitetsproblematikk	19
2.3	Oppsummering teorikapittel	23
3	Metodiske tilnærminger	24
3.1	Casestudier.....	24
3.2	Kvalitativ analyse av tolkningsrammene.....	25
3.2.1	Aktørenes rammer: Fremgangsmåte og empiri.....	25
3.2.2	Medienes rammer: Fremgangsmåte og empiri.....	27
3.2.3	Rammenes legitimitetsaspekter: Fremgangsmåte og empiri.....	28
3.3	Kvantitativ innholdsanalyse av mediedekningen	28
3.3.1	Framgangsmåte og empiri.....	28
3.4	Dybdeintervjuer	31
3.4.1	Fremgangsmåte og empiri.....	31
3.5	Oppgavens kvalitet	32
3.5.1	Kvalitativ analyse av tolkningsrammene	32
3.5.2	Kvantitativ innholdsanalyse av mediedekningen.....	34
3.5.3	Kvalitative intervjuer.....	35
3.5.4	Validitet, reliabilitet og generaliserbarhet	36
4	Aktørenes tolkningsrammer.....	38
4.1	Et matsystem med reformbehov	38
4.2	Miljøperspektiv: Norsk kjøtt er bærekraftig.....	44
4.3	Helseperspektiv: Kjøttforbruk innenfor normalen	53

4.4	Debattens dynamikk	57
5	Medienes dekning og rammer	61
5.1	Mediedekningen av EAT-Lancet-rapporten	61
5.1.1	Antall artikler	61
5.1.2	Uttalelser	62
5.1.3	Tema: Fra matrapport til kjøttrapport.....	65
5.2	Medienes tolkningsrammer	67
5.2.1	Omstillingsrammen	68
5.2.2	Skepsisrammen.....	71
5.2.3	Medienes bærekraftsramme	73
5.2.4	Helter, skurker og «beinseriøs» forskning	74
5.3	EAT får mest gjennomslag i mediene	79
6	Rammenes legitimitetsaspekter og avsluttende diskusjon	80
6.1	Appell til bærekraft og forskning	80
6.2	Avsluttende diskusjon.....	84
6.2.1	Beskyttende bransje?.....	89
6.2.2	Når man angripes fra flere hold.....	92
7	Oppsummering og avslutning	95
7.1	Hovedfunn oppsummert	95
7.2	Studiens bidrag	96
7.3	Begrensninger og videre forskning.....	97
	Litteraturliste.....	98
	Vedlegg	106

1 Introduksjon

Noen uker inn i det nye året pryder et avkappet, rosa grisehode A-magasinet forside. Teksten «Hvem vil være et svin i 2019?» står skrevet med store bokstaver (Nipen, 2019). En reportasje på 12 sider tar for seg hvordan kjøttet, og kanskje spesielt det røde, har blitt noe som skiller de bevisste fra ignoranter, de sunne fra syke, overklassen fra underklassen. Reportasjen forteller om endring, at noe er i ferd med å skje. Svinekoteletter er ut, salat er inn. Vegetarburgere inntar butikkhyllene, «kjøttskam» havner på listen over nyord og kjøttfri mandag får fotfeste i kantiner. Selv om debatten om kjøtt ikke er helt ny, har en stor vegetarbølge for lengst nådd Norge.

Det kan kanskje henge sammen med at både kjøttproduksjonen og kjøttkonsumet på verdensbasis har økt drastisk de siste 50 årene, jevnt i takt med både klimaendringer og livsstilssykdommer. Selv om verdens befolkningsvekst kan forklare økningen av produksjonen av kjøtt, har kjøttkonsum per hode likevel økt. I 1961 konsumerte den gjennomsnittlige personen i verden rundt 23 kilo kjøtt i året. I 2014 var tallet 43 kilo (Ritchie & Roser, 2017). I Norge er tallene enda høyere: I 2018 spiste nordmenn i gjennomsnitt 51,9 kilo kjøtt i året, i beregnet reelt forbruk (Kjos et al., 2019, s. 119).

Mange mener at kjøttforbruket bør reduseres, også i Norge. For det første knytter flere studier et overdrevent inntak av kjøttprodukter til en rekke livsstilssykdommer. I 2015 inkluderte Verdens Helseorganisasjon bearbeidet kjøtt på listen over produkter som er påvist kreftfremkallende (The International Agency for Research on Cancer, 2015), samtidig som Helsedirektoratet påpeker at et plantebasert kosthold er forbundet med lavere risiko for høyt blodtrykk, overvekt, hjerte- og karsykdommer, diabetes og kreft (Helsedirektoratet, 2020). For det andre er flere opptatt av dyrs rettigheter og det etiske aspektet ved å spise dyr. NRKs *Griseindustriens hemmeligheter*, der det ble avdekket at ikke alle norske bønder behandler grisene sine etter loven, skapte blant annet overskrifter (Kumano-Ensby & Fjeld, 2019). For det tredje viser forskning at husdyrproduksjon belaster klimaet og at et plantebasert kosthold kan minske klimaavtrykket (Sjøgren, 2018). I *Klimakur 2030*, en rapport bestilt av regjeringen, er en overgang fra rødt kjøtt til plantebasert kost og fisk et av tiltakene for å kutte utslipp (Miljødirektoratet, 2020), og en spesialrapport fra FNs klimapanel peker i samme retning (Kvittingen & Kjørstad, 2019). Husdyrproduksjon krever blant annet store ressurser. I tillegg består deler av fôret av importert soya, som bidrar til avskoging i for eksempel Brasils

regnskog (Lindahl, 2014). Og når alt fra bodybuildere til bloggere reklamerer for en plantebasert diett og et stort utvalg av dokumentarer om tematikken er tilgjengelig (Webber, 2020), er det ikke rart at de største butikkjedene melder om økt salg og høyere etterspørsel etter vegetarprodukter (Thanem, 2019).

På den andre siden er ikke vegetarbølgens avtrykk veldig synlig i Norge foreløpig. Nordmenns kjøttforbruk har holdt seg relativt stabilt de siste årene, og fra 2017 til 2018 sank det beregnede reelle forbruket av kjøtt totalt med bare 1,6 prosent (Kjos et al., 2019, s. 119). I tillegg viser en studie fra Forbruksforskningsinstituttet SIFO (2019) at de unge *sier* de gjerne vil spise mindre kjøtt, men at de likevel spiser mest. Apelands omdømmemåling av norske bedrifter viser at Nortura aldri har gjort det bedre enn i 2019, til tross for et år fylt av krevende saker (Nortura SA, 2020a). Det er altså mange som fortsatt sverger til kjøttet, og faktorer som økt inntekt, urbanisering og kvinnelig yrkesdeltakelse har vist seg å spille en stor rolle for hvorfor (Milford, Le Mouël, Bodirsky & Rolinski, 2019, s. 5-6). Det at kjøttet har hatt en svært lav prisvekst sammenlignet med andre matvarer de siste årene, blant annet på grunn av subsidier (Thoring, 2018, s. 6), er dessuten interessant. Noen mener også at vi kan og bør spise kjøtt med god samvittighet, så lenge vi velger riktig opphavsland – som for eksempel Norge. For med strenge krav til dyrevelferd (Dyrevelferdsloven, 2009), minst bruk av antibiotika i Europa (Norges Bondelag, 2019) og gode beitemuligheter, anser noen det norske kjøttet for å være i verdensklasse. I tillegg er kjøttet kilde til viktige næringsstoffer som protein, sink og A- og B-vitaminer, som mange mener kan bli vanskelig å få andre steder. Flere stiller også spørsmål ved om det er for tidlig å konkludere med at et høyt inntak av kjøtt er forbundet med økt helserisiko (NTB, 2019a).

Det er tydelig at debatten er stor og at fredagstacoen tilberedes med både linser og kjøttdeig i norske hjem. Denne masteroppgaven ønsker å se nærmere på en liten del av debatten ved å undersøke hvilke tolkningsrammer den norske kjøttbransjen, EAT Foundation og mediene brukte i forbindelse med lanseringen av EAT-Lancet rapporten januar 2019.

1.1 Oppgavens hensikt og problemstilling

Tolkningsrammer eller *framing theory* har engasjert akademikere i flere tiår, og konseptet brukes i disipliner som psykologi, sosiologi, statsvitenskap og medievitenskap (D'Angelo & Kuypers, 2010). Det finnes mange forståelser av begrepet, men felles er at det handler om å

fremheve én side av en sak for å få frem et ønsket budskap (Entman, 1993; Vreese, 2005). Mediene spiller en viktig rolle. Gjennom nyhetssaker er de med på å konstruere og reproducere rammer, som ofte hekter seg på samfunnets kulturelle verdier (Gamson & Modigliani, 1989; Van Gorp, 2010). Rammer legger grunnlaget for hvordan normer og regler forstås og for hvilke politiske beslutninger som tas (Vreese, 2005), og på den måten kan de ha konsekvenser for hvordan enkeltmennesker forstår en sak og hvordan samfunnet som helhet behandler et tema. De er derfor viktig å studere.

Aktører kan bruke tolkningsrammer på et strategisk nivå (Dan & Ihlen, 2011).

Rammekonkurranser, der aktører konkurrerer om få gjennomslag for sine rammedefinisjoner i offentligheten (Gamson & Modigliani, 1989; Pan & Kosicki, 2001), har vokst frem som en interessant del av feltet. Ett eksempel er Ihlen og Thorbjørnsruds (2014) studie av rammekonkurransen mellom Utlendingsdirektoratet og mediene i familiegjenforeningssaker. Det er imidlertid få som har studert rammekonkurransen som utspiller seg når kjøttindustrien og opposisjonens budskap møtes. Denne masteroppgaven ønsker å bidra til forskning om det.

I tillegg ønsker oppgaven å fortsette tradisjonen med en annerledes vri, ved å inkludere legitimitetsteori. Å oppnå legitimitet blant omgivelsene ses på som selve kjernen i samfunnskontakt og PR, og det er essensielt for organisasjoners overlevelse (Metzler, 2001). Det er samfunnet som gir organisasjoner legitimitet og tillatelse til å operere (Wæraas, 2007), og det fører til stabilitet, troverdighet og forutsigbarhet (Suchman, 1995). Legitimitet kommer imidlertid ikke av seg selv, og aktører må jobbe for å oppnå og opprettholde legitimiteten samfunnet har gitt dem. I noen tilfeller må legitimiteten forsvares som følge av enkelthendelser, mens andre ganger opplever organisasjoner vedvarende kritikk fra samfunnet. Ihlens (2007a) studie av oljeindustriens legitimitetsutfordringer er et godt eksempel på det. Som luftfarts-, våpen- og tobakksindustrien, opplever oljeindustrien kritiske blikk fra omverdenen. Kjøttbransjen står muligens overfor den samme utfordringen, når flere stiller spørsmål ved om vi egentlig bør spise så mye kjøtt – eller kjøtt i det hele tatt. Sett fra et større perspektiv vil oppgaven se på hvordan aktører bruker kommunikasjon når virksomheten angripes fra flere hold. Hva gjør man når samfunnet setter spørsmålstegn ved det man driver med?

Få har sett nærmere på kjøttindustrien i lys av både legitimitet og tolkningsrammer, og gjennom denne oppgaven vil vi kunne lære mer om akkurat det. Oppgaven vil prøve å besvare følgende tre spørsmål:

1. *Hvilke tolkningsrammer om kjøtt brukte den norske kjøttbransjen og EAT Foundation i forbindelse med lanseringen av EAT-Lancet-rapporten?*
2. *Hvordan dekket norske medier debatten og hvilke tolkningsrammer konstruerte de?*
3. *Hvilke grep gjorde aktørene for å gi rammene mer legitimitet og hvilken betydning kan disse legitimitetsaspektene ha hatt for rammekonkurransens utfall?*

For å undersøke disse spørsmålene, har jeg gjennomført en casestudie med utgangspunkt i EAT Foundation og legetidsskriftet *The Lancet* sin lansering av rapporten «Food in the Anthropocene: the EAT-Lancet Commission on healthy diets from sustainable food systems» (Willett et al., 2019). Studien har undersøkt EAT Foundation og kjøttbransjen, med Nortura i spissen. En kvalitativ analyse av et utvalg nyhetsartikler fra ti store mediehus og 15 dokumenter fra aktørenes egne kanaler har hjulpet meg å identifisere aktørenes og mediens rammer. Jeg har også gjennomført en kvantitativ innholdsanalyse av 110 artikler for å få oversikt over mediedekningen. I tillegg har jeg intervjuet informanter fra EAT og Nortura for å få utfyllende informasjon og svar på om funnene jeg har gjort har hold i virkeligheten. Til slutt har jeg undersøkt aktørenes legitimitetsgrep ved hjelp av en klassisk tekstanalyse. Før jeg fortsetter, vil casen bli presentert i detalj.

1.1.2 EAT-Lancet-rapporten som case

– Verken bærekraftig for mennesker eller planeten, fastslår Gunhild Stordalen på talerstolen i Oslo 17. januar 2019 (EAT Foundation, 2019a). Det hun sikter til er verdens matproduksjon- og konsum, og anledningen er lanseringen av *The EAT-Lancet Report*, en rapport sydd sammen av 37 verdensledende forskere. Rapporten er publisert i det prestisjetunge legetidsskriftet *The Lancet* og finansiert av den veldedige forskningsstiftelsen Wellcome Trust (EAT Foundation, u.å.a) Fra Universitetets Aula legger Stordalen frem det som EAT har planlagt og jobbet med i flere år. I forkant har det bygget seg opp en snakkis i miljøene; en stor rapport som kan forandre landbruket er på vei. Ingen har fått vite noe – før nå. Den 45 sider lange rapporten tar først og fremst utgangspunkt i helse: hva er den ideelle dietten for en sunn og frisk kropp, basert på tidligere forskning? Deretter stiller den et viktig spørsmål: hvis alle spiser slik, hvordan vil *planetens* helse være? For at både planet og helse skal ivaretas i 2050, når vi forventes å være 10 milliarder mennesker, må vi gjøre store endringer, ifølge rapporten (Willett et al., 2019).

For mange vekker rapporten oppsikt. Ikke bare er den en av de første av sitt slag, men den inneholder også konkret informasjon om hvordan kostholdet vårt bør se ut. Den ideelle dietten presenteres som *The planetary health diet*: en meny bestående av mye kornprodukter, en stor del grønnsaker og frukt, noe melkeprodukter, litt fett og sukker – og en svært liten andel proteiner fra animalske produkter som storfe, lam og svin. Proteiner fra fjærkre, egg og fisk er noe høyere, men fortsatt en liten del av tallerkenen. Den anbefalte andelen rødt kjøtt tilsvarer i gjennomsnitt 14 gram om dagen (Willett et al., 2019), omtrent én skive skinke. Med en slik diett vil vi være innenfor planetens tålegrenser, ifølge forskerne, et «... safe operating space within which food systems should jointly operate to ensure that a broad set of universal human health and environmental sustainability goals are achieved» (Willett et al., 2019, s. 452). Dette sparker i gang en debatt, der bønder, politikere og ernæringsfysiologer tar del. Og ikke minst kjøttbransjen selv, som i forkant av lanseringen mobiliserer krefter (Wig, 2019).

Men rapporten handler ikke bare om animalske produkter og storfeproduksjon. Den tar for seg matproduksjonens påvirkning i helhet, som ifølge rapporten «... is the largest cause of global environmental change». Måten vi produserer maten på fører ikke bare til økte utslipp av klimagasser, men den truer også det biologiske mangfoldet, påvirker nitrogen- og fosforsykluser, vannforsyningen og verdenshavene. Matsvinn er dessuten et stort problem. I tillegg handler rapporten om usunne kosthold generelt, siden «Unhealthy diets are the largest global burden of disease and pose a greater risk to morbidity and mortality than does unsafe sex, alcohol, drug, and tobacco use combined» (Willett et al., 2019, s. 449). Likevel er 14 gram rødt kjøtt i sentrum, og rapporten fører til en oppblussing av debatten om kjøtt.

Lanseringen av EAT-Lancet-rapporten fungerer dermed som et godt utgangspunkt for en casestudie, ettersom man kan knytte lanseringen til et spesifikt tidsrom og et rikt datamateriale er tilgjengelig. I tillegg favner EAT-Lancet-rapporten om både helse- og miljøaspektet ved debatten. Det finnes imidlertid noen ulemper med casestudier, for eksempel at det er vanskelig å generalisere (Andersen, 2013, s. 27). På den andre siden kan funn i casestudier overføres til andre fenomener, og si noe større utover casen i seg selv. Dette vil bli diskutert nærmere i metodekapittelet. Denne studien vil uansett kaste lys over vegetarbølgen verden står overfor ved å undersøke en liten del av debatten, og prøve å forstå hvordan de ulike aktørene kommuniserte. Nedenfor vil casens hovedaktører presenteres.

EAT Foundation, heretter EAT, er en ideell, forskningsbasert og global organisasjon som vil transformere dagens matsystem til det bedre for både mennesker og miljø ved å endre måten

vi produserer og spiser mat. Organisasjonen ble grunnlagt av Gunhild Stordalen i 2013, og i dag er Stordalen Foundation, Stockholm Resilience Centre og Wellcome Trust hovedpartnere (EAT Foundation, u.å.b). EAT-Lancet-rapporten er initiert av EAT, og organisasjonen er dermed inkludert i studien.

Nortura SA, heretter Nortura, er et samvirkeforetak og en av Norges største matprodusenter. I foretakets vedtekter står det at formålet er å «... å omsette medlemmenes slakt, egg, livdyr og ull på best mulig måte. Foretaket skal ved sin virksomhet bidra til at medlemmene får det best mulig økonomiske resultatet av sin husdyrproduksjon, på kort og lang sikt» (Nortura SA, u.å.). Nortura står blant annet bak merkevarer som Gilde, Prior og Joika. Nortura kan sies å være en viktig og stor aktør i den norske kjøttbransjen, og dermed et godt valg for studien.

To andre aktører fra kjøttbransjen vil også vies oppmerksomhet, men i mindre grad enn Nortura. **Opplysningskontoret for kjøtt og egg** står bak MatPrat, og er en merkenøytral aktør som jobber med kommunikasjon og markedsføring av norsk kjøtt og egg. De er finansiert via omsetningsavgiften, som bønder betaler når produktene skal selges (MatPrat, u.å.). **Animalia AS** er et fag- og utviklingsmiljø innen kjøtt- og eggproduksjon, som bistår norske bønder med kunnskap og informasjon om husdyrproduksjon. Animalia er finansiert av blant annet omsetningsavgiften, og Nortura eier 66% av virksomheten (Animalia AS, 2019a).

1.1.3 Begrepsavklaringer og avgrensninger

Det kan være hensiktsmessig å forklare noen av oppgavens begreper. Først ut er kjøtt. I debatten om kjøtt er det i stor grad det røde kjøttet som problematiseres, ettersom klimaavtrykket til hvitt kjøtt har vist seg å være langt mindre. Rødt kjøtt vil dermed være oppgavens hovedfokus, og begrepet *kjøtt* vil referere til dyrene storfe, sau og svin. Selv om det først og fremst er storfekjøttet som problematiseres i debatten, vil oppgaven fokusere på rødt kjøtt generelt, siden aktørene ikke alltid spesifiserer hvilken type kjøtt de uttaler seg om.

Deretter bør begrepet den norske kjøttbransjen, heretter også bransjen, defineres. Med disse ordene sikter oppgaven til store produsenter og interesse- og bransjeorganisasjoner, som Nortura SA, MatPrat og Animalia AS. Selv om norske bønder eier Nortura og bøndenes virke er en sentral del av oppgavens tematikk, vil de ikke være oppgavens hovedfokus når begrepet kjøttbransjen brukes. Bondeorganisasjoner, som Norges Bondelag, er heller ikke inkludert i begrepet, ettersom deres virke handler om matproduksjon og landbruket generelt.

Oppgaven har også noen avgrensninger. For det første vil den kun omhandle mediedekningen i Norge, selv om rapporten ble lansert i hele verden. I tillegg vil oppgaven kun se på miljø- og helseaspektet ved debatten. Selv om det etiske aspektet og dyrs rettigheter hadde vært vel så interessant, vil det ikke inkluderes. Disse avgrensningene er gjort av hensyn til oppgavens omfang og behovet for innsnevring. Oppgaven vil heller ikke kommentere de vitenskapelige funnene i hverken EAT-Lancet-rapporten eller annen forskning knyttet til kjøtt, klimaavtrykk og helse. Det er rett og slett utenfor mitt kompetansefelt og ikke studiens hensikt.

1.2 Oppgavens oppbygging

Innledningen har vist hvordan debatten om kjøtt har blitt synligere i mediebildet, og hva oppgaven ønsker å finne ut av og hvorfor. I det følgende, **kapittel to**, vil jeg se på tidligere forskning og teorier, med fokus på tolkningsrammer og legitimitetsteori. Deretter vil **kapittel tre** ta for seg oppgavens metodiske tilnærminger. Jeg vil beskrive hvordan jeg har samlet inn datamaterialet og hvordan jeg har gått frem for å gjennomføre studien. Kapittelet avsluttes med en diskusjon av oppgavens svakheter og styrker, og hvorvidt fremgangsmåten kan sies å være valid, reliabel og generaliserbar. Deretter følger tre kapitler hvor analysens funn presenteres og diskuteres. I **kapittel fire** vil aktørenes identifiserte rammer presenteres, mens **kapittel fem** vil legge frem mediernes dekning og fremstilling av saken. I det siste analysekapittelet, **kapittel seks**, vil rammenes legitimitetsaspekter diskuteres, etterfulgt av en avsluttende diskusjon. I **kapittel sju** vil jeg oppsummere det hele, før jeg setter studien i en større sammenheng. Jeg vil også se på hva jeg kunne gjort annerledes og videre forskning.

2 Teoretiske perspektiver

I dette kapittelet skal jeg redegjøre for oppgavens teoretiske rammeverk, som danner grunnlaget for analysen. Først vil jeg ta for meg rammeforskning, en tradisjon som strekker seg over flere felt. Jeg vil gå i dybden på rammekonkurranser og se på hvordan organisasjoner kan bruke tolkningsrammer som et strategisk verktøy for å kommunisere. Medienes rolle i konstruksjonen av rammer vil også bli diskutert. Deretter vil jeg undersøke legitimitetsteori og virksomhetens kommunikasjon ved vedvarende legitimitetsproblematikk.

2.1 Tolkningsrammer

Framing, eller tolkningsrammer, har siden introduksjonen i 1970-årene vært svært godt undersøkt innenfor flere forskningsfelt (D'Angelo & Kuypers, 2010; Van Gorp, 2007). En følge av det er at ordet framing brukes inkonsekvent, og det har vært lite samtlende litteratur på feltet (Vreese, 2005). I tillegg er det uenigheter rundt hva framing egentlig kan kalles – det har blant annet blitt kalt et konsept, en teori, en analytisk teknikk og et paradigme. Jeg vil forstå framing som *et konsept*, slik D'Angelo og Kuypers (2010, s. 2) foreslår.

Med et mye brukt og studert konsept, kommer mange definisjoner – og også uklarhet blant akademikerne (Van Gorp, 2007). Flere har forsøkt å definere konseptet. For Iyengar (2014, s. 63) er tolkningsrammer «... to present information in a particular manner», mens Chong og Druckman (2007, s. 104) forklarer rammer ved at en sak kan ses fra ulike vinkler, og at det dermed er en del av en prosess der folk skaper en forståelse for en sak eller hendelse. Entman (1993, s. 52) definerer rammer som det å kontinuerlig fremheve visse meninger i en tekst, for å få frem et ønsket budskap. Ved å fremheve noe, undergraves samtidig noe annet. I en gjennomgang av definisjonene i litteraturen på feltet, oppsummerer Vreese (2005, s. 53) tolkningsrammer slik: «... *a frame is an emphasis in salience of different aspects of a topic*». Denne fremstillingen av en sak, rammen, skal ofte definere et problem og årsaken til det, evaluere det moralske aspektet og presentere et forslag til endring (Entman, 1993, s. 52). Ut ifra beskrivelsen kan tolkningsrammer minne om det journalister kaller *vinkling*, men det er likevel ikke helt det samme, ettersom tolkningsrammer er et nøye studert konsept, med fokus på blant annet kognitive prosesser, medienes rolle og makt (Ihlen, 2007b, s. 25).

Selve konseptet tolkningsrammer ble først brukt innenfor disiplinene kognitiv psykologi og antropologi, men ble senere adoptert og adaptert av andre disipliner (Van Gorp, 2007). Det førte til at to ulike retninger vokste frem (Scheufele & Iyengar, 2017). Kahneman og Tversky, med tilhørighet til psykologien, tar utgangspunkt i at mennesker tolker informasjon på bakgrunn av hvordan den blir kontekstualisert og presentert for dem. Denne tradisjonen innenfor rammeforskningen kalles *equivalence framing*, og tar utgangspunkt i at tolkningsrammer springer ut ifra samme fakta, men at budskapet rammes inn på ulikt vis, slik Scheufele og Iyengar peker på. Noen tiår senere ble den sosiologiske tradisjonens definisjoner, som var mye løsere, tatt i bruk. Denne tradisjonen kalles *emphasis framing*, og forskningen er sentrert rundt at det finnes ulike aspekter av en sak, som ikke nødvendigvis handler om forskjeller i selve presentasjonen, men om forskjeller i budskapet (Scheufele & Iyengar, 2017, s. 3-4). Innenfor den sosiologiske retningen leder blant annet Erving Goffman vei. Goffman (1986, s. 21) ser på rammer som en slags grunnleggende struktur, et «tolkningsskjema» vi bruker for å oversette hendelser og scenarier til noe vi forstår og som gir mening for oss. En sosialkonstruktivistisk tankegang ligger ofte bak denne retningen, som betrakter verden som sosialt konstruert gjennom interaksjon med andre. I mediestudier handler det om hvordan publikum aktivt tolker innhold de blir servert, og konstruerer sin egen virkelighetsoppfattelse ut ifra det (Van Gorp, 2007, s. 61-62).

Et eksempel på at forskningsfeltet er delt, finnes allerede her. Ifølge Scheufele og Iyengar (2017) er *emphasis framing*-retningen innen rammeforskningen uheldig. Den gjør det blant annet vanskelig å faktisk måle effekten av rammene. Scheufele og Iyengar bruker en allegori for å illustrere poenget sitt. En gallerist stiller ut et bilde. Det interessante er hva slags ramme hun velger å ha bildet i – velger hun en herskabelig gullramme, en enkel glassramme eller en stålramme? Hvordan oppfatter publikum bildet hvis hun for eksempel velger gullrammen? Det viktigste i rammeforskning er rammen rundt, og ikke selve bildet. Det blir derfor problematisk å både studere bildet i seg selv og å sammenligne det med andre, helt annerledes bilder, ifølge Scheufele og Iyengar (2017, s. 11). For dem handler rammer og rammeeffekter derfor om «... behavioural or attitudinal outcomes that are not due to differences in *what* is being communicated, but rather to variations in *how* a given piece of information is being presented (or framed) in public discourse» (2017, s. 1).

Rammeforskningsfeltet er altså omfattende, og teoretikernes mange meninger kan beskrives som «a blessing and a curse». Et mer åpent felt tillater kreative tolkninger og analyser, men

samlede, klare definisjoner og fremgangsmåter ville gjort det lettere for akademikerne å få like svar (Hertog & McLeod, 2001, s. 140). Selv om det er mye å være uenig om, kan det likevel virke som om teoretikerne kan enes om én ting: tolkningsrammer er viktig å studere. Vi er nemlig omgitt av tolkningsrammer; de finnes hos publikum, kilder, i mediehus, i tekster og i kulturen mediene befinner seg i (D'Angelo & Kuypers, 2010, s. 2; Entman, 1993, s. 52). De finnes også hos aktører, som strategisk velger hvordan et budskap skal kommuniseres (Dan, Ihlen & Raknes, 2019, s. 2). Rammer er «... parts of political arguments, journalistic norms, and social movements' discourse. They are alternative ways of defining issues, endogenous to the political and social world» (Vreese, 2005, s. 53).

«Defining issues» er et viktig poeng. Tolkningsrammer er med på å hjelpe oss å forstå verden, og de er dermed også med på å definere den (Van Gorp, 2007). Der rammene befinner seg, i samfunnet, kulturen og mediene, er også der rammene kontinuerlig formes og reproduseres (Gamson & Modigliani, 1989; Ihlen & Nitz, 2008; Vreese, 2005). Tolkningsrammer er med på å forme enkeltindivider og samfunnets oppfattelse av saker, fenomener og kulturer, som kan påvirke både enkeltmennesker og samfunnet som helhet. For enkeltindivider kan rammene ha innvirkning for hvordan en sak forstås. På samfunnsnivå kan rammer være med på å påvirke politikk, viktige beslutninger og samfunnets utvikling (Vreese, 2005, s. 52).

På den andre siden vil ikke rammer alltid ha en effekt, og det er psykologiske prosesser som avgjør hvordan mottakeren oppfatter rammen. Chong og Druckman (2007) studerer slike *framing effects*. For at en ramme skal ha en effekt, må selve begrepet eller konseptet være kjent for mottakeren. Hvis det allerede er lagret i mottakerens minne, kan han hente det frem og hekte det på rammen han står overfor. For å hente det frem, må tanken være tilgjengelig og aktivert. En tanke blir aktivert blant annet gjennom gjentatt eksponering, ofte på et ubevisst nivå, ifølge Chong og Druckman. Noen rammer vil føles relevante, som fører til at mottakeren ubevisst vurderer hva han mener om det han blir presentert. Rammen kan påvirke mottakerens mening hvis den engasjerer eller hvis den representerer det motsatte av mottakerens syn. Blir vi møtt med rammer som presenterer noe vi er uenig i, evaluerer vi budskapet, ifølge forskerne. Det er imidlertid noen omstendigheter som kan moderere effekten. Har mottakeren allerede sterke verdier knyttet til saken, er han mindre mottakelig i møte med motstridende meninger. Likevel kan han påvirkes i saker der han ennå ikke har sterke meninger (Chong & Druckman, 2007, s. 110-111). Rammer kan dermed ha en viss makt. I neste del skal vi se på hvordan aktører kan bruke rammer for å fremme sine budskap.

2.1.1 Rammekonkurranser

Strategisk kommunikasjon handler om hvordan virksomheter kommuniserer målbevisst for å nå målene de har satt seg (Hallahan, Holtzhausen, Van Ruler, Verčič & Sriramesh, 2007). En del av det strategiske arbeidet er å velge hvilke historier virksomheter ønsker å fortelle om seg selv til omverdenen. På denne måten konstruerer virksomheter også tolkningsrammer.

Budskapene aktørene fremmer, står som regel ikke alene på mediearenaen. Aktører kan oppleve at deres rammer blir utfordret av motstandere, og en *rammekonkurranse* utspiller seg. I et slikt spill vil aktørenes rammer bli møtt med motstridende rammer som presenterer andre sider av saken (Dan et al., 2019, s. 8). I en rammekonkurranse konkurrerer organisasjoner om å få sin sak ut i mediene og å få mediene til å fremstille saken slik organisasjonen selv ønsker (Ihlen & Nitz, 2008, s. 2), slik at de kan nå sine politiske og kommunikative mål (Pan & Kosicki, 2001, s. 40). På den offentlige arenaen kjemper aktørene om «... the right to define and shape issues, as well as the discourse surrounding these issues» (Pan & Kosicki, 2001, s. 36). Mediene er med på å konstruere og videreføre aktørenes rammer i denne prosessen, ettersom mediene er avhengige av kilder, og kildene vil nå ut med sin informasjon til publikum (D'Angelo & Kuypers, 2010, s. 1). Medienes behandling av aktørenes rammer i en rammekonkurranse er dermed sentral, noe analysen vil se nærmere på.

Det er gjort lite forskning på rammekonkurranser, i motsetning til tolkningsrammer generelt (Ihlen & Nitz, 2008, s. 4). De siste årene har det likevel vært et økt fokus (Ihlen, Figenschou, Larsen & Thorbjørnsrud, 2015), og det finnes flere bidrag som belyser hvordan rammekonkurranser utspiller seg. Ihlen og Thorbjørnsruds (2014) studie av mediens og Utlendingsdirektoratets konkurrerende tolkningsrammer i saker som omhandler mennesker som får avslag på sin søknad om familiegjenforening i Norge er et eksempel. Studien viser at mediene ofte bruker rammen *Man against the system*, om enkeltmenneskers historier om usympatisk behandling i systemet. En slik ramme kan være utfordrende for Utlendingsdirektoratet å møte, ifølge studien. Direktoratet opplever mediedekningen som mangelfull, blant annet fordi mediene utelukker betydelig informasjon i enkeltsaker som gjør at publikum ikke får hele bildet, og kontekstualiseringen forsvinner i følelsesladde historier. Samtidig oppleves rammen urettferdig fordi direktoratet stadig blir kritisert – og ikke politikken og lovgivningen bak. Uten kontekstualisering og opplysning om lovverket får publikum mindre forståelse for direktoratets avgjørelser (s. 52-55). Den konkurrerende rammen Utlendingsdirektoratet fremmer, prøver dermed å gi et mer nyansert bilde av både

enkeltsaker og gjeldende politikk bestemt av styringsmaktene. En slik ramme vinner imidlertid ikke alltid frem. Direktoratet har mye institusjonell makt, men må blant annet følge en etisk kode og et byråkratisk språk, som vanskelig lar seg forene med journalistiske virkemidler (Ihlen & Thorbjørnsrud, 2014, s. 57).

Studien vitner om at det ikke nødvendigvis er slik at aktører med mest makt alltid vinner en rammekonkurranse (Dan et al., 2019, s. 9). Det er flere faktorer som spiller inn, og litteraturen på feltet gir flere eksempler på hva som kan gjøre en ramme vellykket. Matthew C. Nisbet (2010) ser for eksempel nærmere på hvordan klimakrisen og fattigdom har blitt innrammet i USA. Klimakrisen er et interessant eksempel i denne sammenhengen. Nisbet (2010, s. 43) forteller hvordan ekspertene lenge tenkte at folk ville bry seg mer om klimakrisen, så lenge forskningen bak ble dekket bedre av mediene. Ifølge Nisbet er dette feil. Han legger frem ett viktig premiss for at en ramme skal fungere effektivt.

To overcome the communication barriers of human nature, partisan identity, and media fragmentation requires tailoring messages to a specific medium and audience, using carefully researched metaphors, allusions, and examples that trigger a new way of thinking about the personal relevance of a gridlocked problem. (Nisbet, 2010, s. 44)

Problemet med klimaekspertene og mediens innramming av klimakrisen, var at publikum ikke klarte å skape en forbindelse til budskapet. De forsto det ikke og så ikke verdien av å bry seg om klima. Klimakrisen opplevdes som lite relevant for publikums liv (Nisbet, 2010, s. 51). Som tidligere forklart, har en ramme effekt først når den kan kobles på mottakerens aktiverte tanke (Chong & Druckman, 2007). Rammer er dermed mest innflytelsesrike når de gir mening for publikum, i den forstand at publikum kan hekte rammen på noe som allerede har relevans for dem. Nisbet (2010, s. 58) peker på hvordan klimakrisen bør innrammes på en måte der publikums verdier berøres. Han nevner blant annet ren energi, «grønne jobber» og folkehelsen som andre, mer effektive, innramminger.

For at en ramme skal nå ut til publikum på en hensiktsmessig måte, må aktøren som fremmer rammen ha en viss kunnskap. Dan og Ihlen (2011, s. 373) bruker samlebetegnelsen *framingekspertise* om kunnskapen og ferdighetene en aktør bør ha for å fremme sine tolkningsrammer på en vellykket måte. Det er spesielt tre ting aktøren må få til med rammene. For det første må rammen «resonate with the underlying culture». I likhet med Nisbet (2010), foreslår Dan og Ihlen at rammen bør knyttes til noe som appellerer til publikum. Ved å knytte

rammen til normer og verdier som deles av publikum, journalister og aktøren selv, er det større sjanse for at rammens mottakere vil kjenne seg igjen (Dan & Ihlen, 2011, s. 382). Det er likevel ikke nok å vite om publikums vaner og underliggende kulturelle trender – kunnskapen må også kunne brukes riktig (Dan et al., 2019, s. 6). For det andre peker Dan og Ihlen (2011, s. 372) på at rammen vil lykkes bedre hvis den «makes use of psychological biases». Etersom hjernen hele tiden prosesserer store mengder med informasjon, prøver den å hekte seg på gjenkjennelige «cues». En vellykket ramme inneholder slike hint, som mottakeren allerede har lagret i minnet. For det tredje må rammen «conform to journalistic needs», ved å oppfylle mediens nyhetskriterier og ha nyhetsverdi. For å få til det, bør aktøren som fremmer rammen blant annet ha en god penn, gjengi informasjon nøyaktig og ha kjennskap til hvordan en historie bygges opp for å være interessant (Dan & Ihlen, 2011, s. 383). Ved hjelp av fengslende historieoppbygging og narrativ, estetiske visuelle effekter og innhold som spiller på følelser, kan aktørene lettere nå ut med budskapet. Å kunne formidle en komplisert sak på en enkel måte, vil for eksempel være en fordel (Dan et al., 2019, s. 7). Hvis rammen ikke er appellerende nok for mediene, vil det være mindre sjanse for at den plukkes opp. Det kan også hende at rammen plukkes opp, men ikke på den måten aktøren ønsker. En ramme er vellykket først når den presenteres av mediene på en måte som hjelper organisasjonen. Hvordan mediene plukker opp ulike aktørers budskap, kan påvirkes av flere faktorer. Disse kan blant annet være journalisten og redaksjonens egne synspunkter og visuelle virkemidler (Dan et al., 2019, s. 10-11).

Hvis aktøren klarer å bygge en ramme basert på disse anbefalingene, er det imidlertid ingen garanti for at rammen vil være vellykket. Det er ofte flere faktorer som har noe å si for om en aktør vinner en rammekonkurranse. *Ressurser* kan for eksempel ha noe å si, ifølge Pan og Kosicki (2001). Ressurser er en aktørs materielle, sosiale, institusjonelle og kulturelle midler. Forskjellige aktører har ulike ressurser. For aktivister er for eksempel selve organisasjonen de har i ryggen, forskningen og det journalistiske miljøet viktige ressurser (Pan & Kosicki, 2001, s. 44-45). Ressurser handler også om kapital. Å ansette kommunikasjonsrådgivere som kan jobbe med utvikling av budskap, pressemateriell og pressepakker, kan for eksempel gjøre det enklere å nå ut med rammene over lengre perioder (Ihlen et al., 2015, s. 824).

I tillegg kan aktører som slår seg sammen med en aktør med et lignende budskap, og danner en *strategisk koalisjon*, stille sterkere (Dan et al., 2019). Slike sponsorer kan være andre organisasjoner som har ønske om å fremme den samme rammen. Et slikt grep er av interesse

fordi budskapet får mer tyngde og legitimitet jo flere aktører som står for det samme. På den andre siden kan det være utfordrende å finne aktører med samme mål og interesser som en selv (Dan et al., 2019, s. 9). Til slutt kan det å vise at man bryr seg om *samfunnets* beste, og ikke kun egne interesser, gjøre en ramme vellykket (Dan et al., 2019, s. 8). Det kan altså være flere faktorer som fører til suksess. Hvordan mediene plukker opp rammen er uansett sentralt.

2.1.2 Medierammer

Mediene spiller en viktig rolle, ettersom rammer lokaliseres og konstrueres i mediens tekster. Entman (1993, s. 52) peker på hvordan rammer er manifestert i en tekst «... by the presence or absence of certain keywords, stock phrases, stereotyped images, sources of information, and sentences that provide thematically reinforcing clusters of facts or judgements». Disse elementene skiller seg fra resten av nyhetssakens «vanlige fakta» (Vreese, 2005, s. 54).

Gamson og Modigliani (1989) hevder mediediskursen er sammensatt av ulike *mediepakker* som gir saker eller hendelser mening. Disse mediepakkene er det andre forskere betegner som rammer. Mediediskursen er en del av en konstruksjonsprosess, der mediene og publikum er med på å konstruere og gi mening til det som skjer i samfunnet. Mediene, på den ene siden, plukker opp det som rører seg blant folket, folkeopinionen. Ved å ta i bruk allerede kjente rammer, gjør de det enklere for folk å forstå komplekse saker. Ulike rammer gir ulike måter å forstå en sak på. Publikum, på den andre side, bruker mediediskursen aktivt for å forstå verden rundt seg, ifølge Gamson og Modigliani. Basert på egne livsoppfatninger og erfaringer tolker de innholdet i en konstruksjonsprosess der deres måte å forstå verden blir til. Ettersom å tolke og forstå verden ikke er enkelt, vil en hendelse som er innrammet på en måte som er kjent fra før, gjøre det lettere for publikum å forstå (Gamson & Modigliani, 1989, s. 9-10).

Akademikerne skiller som regel mellom to ulike typer medierammer. *Saksspesifikke rammer* er knyttet til en spesifikk sak eller hendelse, og er vanskeligere å overføre til andre saker. *Generiske rammer* kan brukes på ulike temaer, noen ganger også i ulike kulturelle kontekster. Slike rammer brukes igjen og igjen (Vreese, 2005, s. 54). Med en kulturell forankring er generiske rammer lett tilgjengelig og «klare til bruk» for journalister, ifølge Van Gorp (2010). Stereotypiske karakterer som helter, skurker og offer er en del av det faste rollegalleriet. Slike gjenkjennelige rammer gjør det lettere for publikum å tolke kompliserte saker, samtidig som de gjør at publikum forstår saken på en viss måte fremfor en annen (Van Gorp, 2010, s. 87).

Mediene har dermed et repertoar av rammer de stadig bruker. Flere har studert disse. Basert på tidligere rammeforskning, fant for eksempel Semetko og Valkenburg (2000) at de fem vanligste generiske rammene for nyhetsmediene å ta i bruk, er *konflikt*, *menneskelig interesse*, *økonomiske konsekvenser*, *moral* og *ansvar*. I konfliktrammen settes ulike mennesker, grupper eller organisasjoner opp mot hverandre. I menneskelig interesse-rammen er det personlige og følelsesmessige i fokus, hvor enkeltmennesker eller grupper blir problemet eller fenomenets ansikt utad. Økonomirammen fokuserer på hvilke økonomiske konsekvenser problemet, fenomenet eller hendelsen kan få. I moralrammen er det moralske perspektivet av saken i fokus, ofte ved at journalisten indirekte refererer til et moralsk budskap via utvalgte intervjuobjekter. Ansvarsrammen er bygget opp ved at noen får ansvar for at et problem har oppstått, eller ansvar for å finne en løsning (Semetko & Valkenburg, 2000, s. 95-96). Ifølge Semetko og Valkenburg er rammene konflikt og menneskelig interesse de mest brukte, ofte fordi de spiller på publikums følelser – noe som selger bra (s. 103-104).

I arbeidet med en nyhetssak er også nyhetskriteriene viktig. Det er kriterier for at en sak kan sies å ha nyhetsverdi. Det er flere som har identifisert ulike kriterier, og det er ikke én endelig liste, ifølge O'Neill og Harcup (2009). De vanligste kriteriene er *vesentlighet*, *identifikasjon*, *konflikt*, *eksklusivitet*, *sensasjon* og *aktualitet*. I tillegg inkluderer noen *elitepersoner*, ettersom kjente mennesker ofte tiltrekker oppmerksomhet, og *kontinuitet*, siden en sak som allerede har vært i mediene en periode, vil være mer interessant for leserne å følge videre (O'Neill & Harcup, 2009). Når journalister velger vinkling, har de som oftest nyhetskriteriene i bakhodet.

Det er altså tydelig at journalister bevisst tar i bruk rammer og at mediene har makt til å forme hvordan en sak skal forstås ut ifra hvordan den skrives. Mediene «... participate in frame construction, just as do others in the deliberative arena», slik Reese (2010, s. 18) skriver. Hans studie av «The War on Terror»-rammen er et eksempel på det (Reese, 2010). Etter angrepet 11. september 2001 ble frasen «krigen mot terror» først tatt i bruk av Bush-administrasjonen. Reese demonstrerer hvordan mediene plukket opp og videreførte rammen. Han viser hvordan en vellykket ramme kan endre et helt folks mening om en sak, noe som også viser hvor mye makt rammer potensielt kan ha (Reese, 2010, s. 22). Til tross for mediens makt, må en ikke glemme rammens opphav og aktørene bak. Entman (1993, s. 53) kaller medierammer «the imprint of power», ettersom rammene er bevis på at aktører prøver å dominere en tekst, slik rammekonkurransedelen har vist.

Modell for analyse av tolkningsrammer

Å analysere tolkningsrammer kan være komplisert, og «Given the eclecticism and multiple perspectives, the definitive framing study will never be found» (Reese, 2010, s. 17). Nisbet (2010) belyser hvordan akademikere ofte forvirres av feltets ulike fremgangsmåter og at forskningsprosessens subjektive natur gjør det vanskeligere å måle rammer. Noen har også en tendens til å tro at det er nødvendig å «reinvent the wheel», noe Nisbet mener er unødvendig, ettersom de samme rammene ofte går igjen flere steder (s. 46). Det er uansett flere ulike fremgangsmåter for å analysere rammer. Å påpeke hvilket ledd i kommunikasjonsprosessen tolkningsrammestudien tar for seg, kan være en nyttig start, ifølge Beyer (2010). Strategiske rammer konstrueres av aktører, og befinner seg utenfor mediene. Det andre leddet er medierammer, hvor rammer fra blant annet det forrige leddet kommer til uttrykk på mediearenaen. I det siste leddet møter publikum rammene, hvor også effekten kan måles (Beyer, 2010). Jeg vil analysere rammene i de to første leddene i kommunikasjonsprosessen: strategiske rammer og medierammer. Mottakerleddet vil dermed utelukkes.



Figur 1 Ledd i rammenes kommunikasjonsprosess

Videre vil oppgaven hente inspirasjon fra Van Gorps (2010) metodiske retningslinjer, hvor målet er å analysere rammene så objektivt som mulig. Van Gorps analyseprosess har en induktiv og en deduktiv fase. I den induktive fasen er målet å komme frem til en rammematrikse. For å gjøre det må forskeren samle inn data, gjennomføre en åpen koding av tekstene, sortere kodene etter mening og deretter fylle inn matrisen (s. 93-99). I matrisen vil jeg lene meg på Entmans (1993) resoneringsverktøy for identifisering av rammer, ettersom disse er akseptert og brukt av mange innenfor feltet. Entman peker på at rammer inneholder *et problem, en årsak, en moralsk vurdering og en løsning*. Problemelementet handler om hva noen eller noe gjør, og hvilke fordeler eller ulemper det har. Årsakelementet handler om å peke på roten til problemet. Med den moralske vurderingen evaluerer aktøren det moralske aspektet. I det siste elementet presenterer aktøren en løsning på problemet, og spår hvilken effekt det vil ha. Hvert element må ikke nødvendigvis være utfyllt, og én eneste setning kan inneholde alle resoneringsverktøyene – eller ingen (Entman, 1993, s. 52). Videre vil den deduktive fasen i Van Gorps (2010, s. 99-102) modell ha en kvantitativ tilnærming, hvor

målet er å tallfeste hvor ofte de identifiserte rammene brukes. Selv om målet med Van Gorps fremgangsmåte er å ta subjektiviteten ut av analysen, vil det ikke være fullt mulig.

Metodekapittelet vil diskutere det og oppgavens faktiske fremgangsmåte for analyse av rammene. Før det vil teorikapittelet diskutere organisasjonslegitimitet, som vil være nyttig for å finne svar på problemstillingens siste del.

2.2 Legitimitetsteori

Organisasjonslegitimitet er et konsept som handler om normative og kognitive krefter som er med på å forme organisasjoner, samtidig som det både kan svekke og styrke dem (Suchman, 1995). Legitimitet kan defineres som «... a generalized perception or assumption that the actions of an entity are desirable, proper, or appropriate within some socially constructed systems of norms, values, beliefs, and definitions», ifølge Suchman (1995, s. 574). Legitimitet er sosialt konstruert ettersom det gjenspeiler en slags enighet mellom organisasjonen og dens publikum om hvilke normer som gjelder. Suchman hevder legitimiteten er avhengig av godkjennelsen fra publikum som helhet, men ikke fra enkeltmenneskene i publikum. At en organisasjon oppfattes som legitim vil blant annet føre til stabilitet, fordi et selskap som anses som ordentlig og velfungerende vil tiltrekke seg kunder. En organisasjon som har legitimitet, oppleves som mer troverdig, forutsigbar og meningsfull (Suchman, 1995, s. 574-575).

For Metzler (2001, s. 2) er legitimitet «... an organization's right to exist and conduct operations». Siden publikum sitter med makten over hvilke normer og verdier som skal gjelde i samfunnet, bestemmer de også hvilke organisasjoner som opererer i det, ifølge Metzler. Legitimitet blir dermed sett på som noe av det viktigste i samfunnskontakt, og i en mer transparent og globalisert verden, der samfunnet stadig stiller spørsmål, vil legitimitet bli viktigere og viktigere (Metzler, 2001, s. 2).

I likhet med tolkningsrammer nevnes organisasjonslegitimitet av mange, men feltet er lite samlet (Suchman, 1995). Det er spesielt to retninger akademikerne plasserer seg innenfor. Den første ser på legitimitet som noe strategisk, og legger vekt på hvordan legitimitet er en driftsressurs som organisasjoner bruker på veien mot å oppnå målene sine. Legitimitet er noe som i stor grad kan styres av ledelsen, og støtten fra samfunnet oppnås ved å blant annet ta i bruk symboler og ritualer. «Legitimation, according to this view, is purposive, calculated, and frequently oppositional» (Suchman, 1995, s. 576). Den andre retningen tar for seg legitimitet

fra et institusjonelt perspektiv. Tradisjonen ser ikke på legitimitet som noe en organisasjon kan styre selv, men heller som noe som er basert på samfunnets kulturelle normer. Det er samfunnet rundt som bestemmer hvordan organisasjonen er bygd opp og styres, ettersom det er samfunnet som til enhver tid bestemmer hvilke normer og regler som er gjeldende. Innenfor denne retningen er institusjonalisering nærmest synonymt med legitimitet, ved at begge gjør at en organisasjon fremstår som meningsfull. Legitimitet er altså noe organisasjonen henter fra omgivelsene utenfra (Suchman, 1995, s. 576-577). I likhet med Suchman (1995), vil denne oppgaven plassere seg mellom de to retningene, med den forståelsen av at det er samfunnet som gir organisasjoner legitimitet, samtidig som organisasjoner kan styrke sin legitimitet gjennom strategiske valg.

Selv om de to tradisjonene har ulike perspektiver, identifiserer Suchman (1995) tre kategorier av legitimitet hos dem begge; den *pragmatiske*, *moralske* og *kognitive*. En organisasjon oppnår pragmatisk legitimitet når publikum oppfatter at det den driver med har nytteverdi. Denne legitimitetsformen er basert på en slags utveksling – publikum forventer å få noe i retur av organisasjonen. Moralsk legitimitet handler om hvorvidt organisasjonens aktivitet gjør noe godt for samfunnet, basert på samfunnets definisjoner av hva som er gode og riktige verdier. Selv om organisasjoner handler på «rett vis», er det ikke nødvendigvis slik at de kun gjør det for samfunnets skyld – det vil også være en egeninteresse i aktivitetene. Den kognitive legitimeringen er ikke basert på interesse eller evaluering, men på kognisjon. Her tar ofte publikum det for gitt at organisasjonen opererer legitimt (Suchman, 1995, s. 578-582).

De tre typene av legitimitet er inspirert av sosiolog Max Webers forståelse av begrepet, som har blitt en klassiker å vende til i litteraturen. Arild Wæraas (2007) bruker også Webers arbeid om dominans og legitimitet for å forklare virksomheters legitimitet. Dominans oppstår når publikum frivillig har lyst til eller føler seg pliktet til å adlyde en leder. Dette kan overføres til samfunnskontakt og PR. Selv om en organisasjon ikke kan kreve eller bruke makt til å få publikum interessert, er den helt avhengig av at de innretter seg frivillig. Legitimitet kan derfor forklares som det å ha nok frivillig støtte fra omgivelsene, som igjen gjør det mulig for organisasjonen å overleve og dominere, ifølge Wæraas. For å få slik støtte må organisasjonen fortelle historier og myter om seg selv. Hvordan publikum forstår disse fortellingene er viktig. De må være troverdige og overbevisende for at legitimitet skal oppstå. Legitimitet handler dermed om å overbevise publikum til å tro på mytene og historiene organisasjonen forteller, som rettferdiggjør organisasjonens videre eksistens (Wæraas, 2007, s. 282). Wæraas trekker

også frem karismatisk legitimitet. En leder oppnår karismatisk legitimitet når hennes karakter i seg selv skaper oppmerksomhet og interesse. En slik form for legitimitet kan overføres til organisasjoner, ettersom en organisasjons «personlighet» kan tiltrekke seg et større publikum. Ingen organisasjon er tildelt karisma eller en spesiell personlighet ved oppstart, «... but as it grows, engages in relationships, and communicates with its stakeholders, it may come to be perceived with specific qualities and traits that resemble those of a charismatic individual, and thus admired and perhaps even worshiped» (Wæraas, 2007, s. 283-284).

2.2.1 Vedvarende legitimitetsproblematikk

Ashforth og Gibbs (1990) hevder det er to måter organisasjoner søker legitimitet: gjennom *substantive management* og *symbolic management*. Den faktiske håndteringen handler om reelle endringer i organisasjonen, som mål, strukturer og institusjonaliserte praksiser, som viser at organisasjonen retter seg etter samfunnets normer. Symbolsk håndtering handler om å *portrettere* organisasjonen i tråd med samfunnets normer. Organisasjonen kan for eksempel kommunisere at de støtter sosialt aksepterte mål, uten å gjøre det (s. 179-180). Begge måtene har samme mål: å få publikum til å tro at organisasjonen handler i tråd med samfunnets forventninger, verdier og normer (Ashforth & Gibbs, 1990, s. 182).

Uansett handler det om hva aktøren ønsker å gjøre, ifølge Ashforth og Gibbs (1990): å *oppnå*, *opprettholde* eller *forsvare* legitimiteten. Organisasjoner søker å oppnå legitimitet når de er i oppstartsfasen eller går inn i et nytt felt. Organisasjonen vil oppleve et granskende publikum, som for eksempel lurer på om organisasjonen har nok kunnskap om teknologi eller om organisasjonen driver på en måte som er i tråd med tradisjoner i samfunnet (s. 182). Er man forbi denne fasen, jobber organisasjonen for å opprettholde den legitimiteten den har vunnet. Aktiviteter i denne perioden inkluderer å vise at ting går fint gjennom symbolikk og å utøve den rollen man har tatt på seg. Når publikum først har forsikret seg om at det organisasjonen driver med er godkjent etter deres standarder, begynner de å lene seg tilbake, fordi «A favourable reputation acts as a sedative on constituents» (Ashforth & Gibbs, 1990, s. 183). Ettersom publikum er en sammensatt gruppe og forventningene kan variere, er det likevel lurt å jobbe forbyggende. Å kartlegge potensielle utfordringer ved å følge nøye med på hva som rører seg i samfunnet og å støtte opp om de grepene som allerede er gjort for å oppnå legitimitet i utgangspunktet, kan være en lur strategi (Suchman, 1995, s. 593-596).

Å forsvare legitimitet handler om å reagere på uforutsette kriser (Ashforth & Gibbs, 1990; Suchman, 1995). Organisasjoner som ikke oppdager i tide at omgivelsene har begynt å stille spørsmål ved virksomheten, kan havne i en slik situasjon (Suchman, 1995, s. 597). Ifølge Ashforth og Gibbs (1990) vil det blant annet bli vanskeligere å fortsette med de opparbeidede rutinene knyttet til legitimitet, i tillegg til at uforberedte organisasjoner vil bli stresset – og i stressede situasjoner har man gjerne mindre kontroll. En motreaksjon blir derfor ofte å «... defend the status quo through denial, accounts, or counterclaims rather than to engage in dispassionate problem-solving and substantive change» (s. 184). Å forsvare ting «som de er» kan være problematisk, ettersom publikum har oppdaget at organisasjonen gjør noe de ikke liker. Hvis ledelsen «protesterer for mye», kan den oppfattes som klumsete, nervøs eller overreagerende. En klumsete ledelse vil prøve å dekke over og svare diffust, en nervøs ledelse vil være intolerant i møte med kritikere og en overreagerende ledelse vil overdrive uttalelser og aktiviteter for å løfte organisasjonen høyt. Ashforth og Gibbs hevder at ledelsen uansett vil handle på bakgrunn av stress og frykt, og dermed virke sensitiv og defensiv (s. 187-190). Jo hardere en organisasjonen jobber for å oppnå publikums tillit igjen, jo mer skeptisk blir publikum – og jo mindre legitim oppfattes organisasjonen (Ashforth & Gibbs, 1990).

Ashforth og Gibbs (1990) skiller mellom to ulike legitimitetsproblemer. En virksomhet kan ha utfordringer med legitimiteten fordi de ikke utfører selve jobben bra, for eksempel ved dårlig kundeservice eller forsinkelser i leveranser. Slike utfordringer er lettere å tak i ved roten, ved å gjøre faktiske endringer. Den andre utfordringen er knyttet til selve verdiene til virksomheten – alt kan gå på skinner, men selve kjernen av virksomheten settes spørsmålsteget ved. Luftfart, petroleum og tobakk er eksempler på bransjer som opplever slike problemer (Ashforth & Gibbs, 1990, s. 184). Gjennom flere år har for eksempel oljeindustrien blitt anklaget for å bidra til enorme klimaødeleggelser. I Ihlen (2007a) studie av den norske oljeindustrien viser han hvordan industrien tar i bruk strategier for å bevare omdømme og legitimitet når samfunnet stiller spørsmål. Oljeindustrien påpeker blant annet at norsk oljeproduksjon er bærekraftig og «ren» sammenlignet med andre land (s. 20).

Legitimitetsproblemer trenger altså ikke å være knyttet til kriser eller spesifikke hendelser, men mye av litteraturen på feltet er likevel sentrert rundt legitimitetsstrategier i forbindelse med akkurat det. Få har studert hvordan organisasjoner kan kommunisere ved mer grunnleggende og vedvarende legitimitetsutfordringer (Ihlen, 2007a, s. 8). Kimberly D. Elsbachs (1994) studie er en av få. I studien undersøker Elsbach den kaliforniske

storfeindustriens kommunikasjon, som de senere årene har blitt anklaget for å ha for lite fokus på matsikkerhet, miljø og helse (Elsbach, 1994, s. 60). Det er noen likheter mellom legitimitetsutfordringene den kaliforniske storfeindustrien og den norske kjøttindustrien opplever, og jeg vil derfor legge stor vekt på studien i denne oppgaven.

I studien deler Elsbach (1994) inn storfeprodusentenes kommunikasjon etter *form* og *innhold*. Kommunikasjonens form var stort sett enten *benektende* eller *anerkjennende*. Aktørene brukte benektelser for å ta avstand fra kontroversielle hendelser og vise at de ikke var en del av problemet. Uttalelsene var ofte preget av følelser, som kan knyttes til aktørenes behov for å skylde på andre for å «redde seg selv». Andre aktører anerkjente de kontroversielle hendelsene, men etterfulgte ofte uttalelsene med et «men...», hvor de forklarte hvorfor de selv ikke var ansvarlige. Med denne formen for kommunikasjon fraskrev aktørene seg ansvaret, ifølge Elsbach (1994, s. 64-65). Kommunikasjonens innhold var stort sett knyttet til *institusjonelle* eller *tekniske karakteristikk*er ved organisasjonen. Med institusjonelle karakteristikk refererte aktørene til normative og sosiale godkjente praksiser. Med slike uttalelser ville talspersonene gi mer tyngde til argumentene, og oppnå mer kredibilitet. Andre aktører viste til organisasjonens tekniske karakteristikk. Noen uttalte seg for eksempel om fordelene ved måten dyrene deres beitet på og hvordan bruk av hormoner ikke gagnet industrien. Med slike tekniske detaljer virket det som om industrien ønsket å henvende seg til et mer informert publikum, med kunnskap om feltet fra før (Elsbach, 1994, s. 65-66).

Elsbach peker på hvordan de to måtene å forme kommunikasjonen på – å benekte eller anerkjenne – ble brukt sammen med de to temaene å vinkle innholdet mot – institusjonelle og tekniske karakteristikk. For det første brukte noen av studiens aktører *benektelser knyttet til institusjonelle karakteristikk*. Aktørene benektet for eksempel at de var involvert i kontroversielle hendelser, for deretter å forklare hvordan deres drift allerede var i tråd med samfunnets normer. Andre tok i bruk *benektelser knyttet til tekniske karakteristikk*. Aktørene benektet at de burde endre noe, for en endring ville bety ineffektiv drift. Ved å vise til tekniske karakteristikk ønsket de å fremstå som mer troverdige. Videre brukte andre aktører *anerkjennelser knyttet til institusjonelle karakteristikk*. I slike tilfeller anerkjente aktørene problemene, men knyttet de til samfunnets normer. Noen aktører hevdet at praksisen ikke var ulovlig og at de dermed «fulgte alle regler», mens andre pekte på at de drev slik de gjorde for å nå organisasjonens mål. Til slutt brukte noen av studiens aktører *anerkjennelser*

knyttet til tekniske karakteristikk, der aktørene rettferdiggjorde det kontroversielle de drev med ved å for eksempel vise til at det var lønnsomt eller praktisk (Elsbach, 1994, s. 67-70).

Elsbach (1994) måler også effekten av kommunikasjonen gjennom publikumsintervjuer og spørreundersøkelser. Det mest effektive viste seg å være en anerkjennende form med et innhold vridd mot det institusjonelle (s. 72). Elsbach peker på tre grunner til at å anerkjenne problemet kan være mest effektivt. For det første kan det være vanskeligere å benekte anklagene hvis det er tydelig at noe er gjort galt, spesielt hvis mediene og publikum allerede har diskutert feilene som er begått. I tillegg kan kontroversens størrelse ha noe å si. Storfeprodusentene var for eksempel ikke involvert i hendelser som resulterte i død, men «moderat alvorlige situasjoner», noe som gjorde det lettere å anerkjenne forholdene. For det andre kan det virke som om organisasjonen har mangel på kontroll hvis den bruker benektelser, og kontroll er viktig å fremstå at man har. For det tredje kan det å anerkjenne situasjonen gi rom for å snakke om andre, mer positive ting. Ved å først anerkjenne, har man mulighet til å dreie samtalen over på noe mer positivt (Elsbach, 1994, s. 72-74).

Videre finner Elsbach (1994) det mest effektivt å vinkle innholdet over på organisasjonens institusjonelle karakteristikk, fremfor de tekniske. Å referere til store institusjonelle strukturer er med på vise at organisasjonen opptrer i samsvar med samfunnets normer. Det å følge institusjonelle programmer som for eksempel myndighetene har laget, beviser for publikum at organisasjonen er legitim og gjør det som de fleste oppfatter som rett (s. 75). Å vinkle innholdet mot tekniske karakteristikk ved organisasjonen viser seg å være ineffektivt fordi det gir inntrykk av at organisasjonen først og fremst tenker på seg selv – og ikke samfunnets beste. I tillegg kan ikke de tekniske vinklingene svare for de normene organisasjonen eventuelt bryter, og de er dermed ikke tilstrekkelig nok for at publikum skal oppfatte dem som legitime. Den tekniske vinklingen kan likevel fungere for deler av publikum som har kunnskap nok om feltet fra før, og som dermed har bedre grunnlag for å vurdere de tekniske uttalelsene. For publikum som ikke er eksperter, er det å anerkjenne og referere til institusjonelle normer og regler effektivt fordi «... believable accounts require both the sincerity that comes from acknowledgment and the adequacy that comes from references to institutional characteristics» (Elsbach, 1994, s. 77).

2.3 Oppsummering teorikapittel

Dette kapittelet har presentert studiens teoretiske perspektiver. Første del av kapittelet har undersøkt tolkningsrammefeltet, et bredt felt det kan være vanskelig å orientere seg i, grunnet ulike definisjoner og fremgangsmåter (Vreese, 2005). For Entman (1993), som oppgaven vil legge størst vekt på, handler tolkningsrammer om å fremheve visse deler av en tekst, for å få frem et ønsket budskap. Rammer kan oppstå og befinne seg flere steder (Gamson & Modigliani, 1989), blant annet hos aktører, som kan bruke rammer på en strategisk måte. Rammekonurranser oppstår når aktører med motstridende budskap møtes på den offentlige arenaen, og kjemper om å få definere saken og diskursen rundt (Dan et al., 2019; Pan & Kosicki, 2001). Mediene tar også i bruk tolkningsrammer, blant annet fordi de er «klare til bruk» og kan gjøre det lettere for publikum å forstå sakens ulike sider (Van Gorp, 2010). Siden rammer kan gjøre det lettere å forstå verden, kan de også være med på å definere den (Van Gorp, 2007). Tolkningsrammer er dermed viktig å studere. Rammeteorien vil hjelpe meg å svare på problemstillingens første og andre spørsmål, om den norske kjøttbransjen, EAT og medienes tolkningsrammer.

Kapittelet har også sett på legitimitetsteori, som vil hjelpe meg å svare på problemstillingens siste spørsmål, om rammenes legitimitetsaspekter. Hovedretningene innenfor legitimitetsfeltet ser på legitimitet som noe aktører selv kan kontrollere eller som noe samfunnet rundt gir aktører. Sistnevnte hevder at publikum sitter med makten over hvilke normer og verdier som skal gjelde i samfunnet, og dermed også bestemmer hvilke organisasjoner som skal operere i det (Metzler, 2001). Legitimitetsproblematikk kan likevel oppstå. Flere har studert hvordan aktører kan forsvare legitimiteten når en enkelthendelse kan ha svekket den (Suchman, 1995), men feltet er noe mangelfullt når det kommer til hvordan aktører kommuniserer når samfunnet stiller spørsmål, uten at det kan knyttes til én spesifikk episode. Elsbach (1994) demonstrerer hvordan kommunikasjonens form og innhold bør være anerkjennende og vise at aktøren opererer i tråd med samfunnet for å fremstå legitim. Jeg vil legge stor vekt på studien, ettersom den kan bidra til å finne svar på problemstillingens siste del. Disse teoretiske perspektivene vil bli med videre inn i oppgaven og danne grunnlaget for analysedelen. Først vil det neste kapittelet ta for seg studiens metodiske design.

3 Metodiske tilnærminger

I dette kapittelet vil jeg legge frem oppgavens metodiske tilnærminger. Jeg vil først redegjøre for fremgangsmåten og det empiriske utvalget for den kvalitative analysen, den kvantitative analysen og intervjuene. Deretter vil jeg diskutere oppgavens kvalitet og hvorvidt resultatene kan sies å være reliable, valide og generaliserbare.

Oppgaven ønsker å undersøke hvilke rammer kjøttbransjen, EAT og mediene tok i bruk, og hvordan aktørenes legitimitetsgrep kan ha hatt betydning for rammekonkurransens utfall. For å finne ut av det vil jeg bruke flere metoder, både av kvantitativ og kvalitativ art. En kvalitativ innholdsanalyse av 26 nyhetsartikler og 15 dokumenter vil hjelpe meg å identifisere aktørenes tolkningsrammer. Jeg vil analysere rammenes legitimitetsaspekter ved hjelp av en klassisk tekstanalyse. Deretter vil en kvantitativ innholdsanalyse av 110 artikler i ti store norske medier hjelpe meg å få oversikt over mediedekningen av saken, mens mediernes rammer vil bli identifisert ved hjelp av en innholdsanalyse av 60 artikler. Til slutt vil intervjuer med informanter fra EAT og Nortura kunne gi utfyllende informasjon om debattens gang, samtidig som de vil fungere som en kvalitetssjekk av funnene i analysen av aktørenes rammer.

En slik sammensetning av ulike tilnærminger i samme studie kalles *metodetriangulering*. Fordelen med en slik fremgangsmåte er at fenomenet kan studeres fra flere synsvinkler. Hver metode har sine svakheter, men satt sammen vil flere metoder være med på å styrke studiens validitet, og fungere som en kvalitetssikring av resultatene (Østbye, Helland, Knapskog, Larsen & Moe, 2013, s. 270). I tillegg har studien både et induktiv og deduktiv design. Med et induktivt design tar prosjektet utgangspunkt i observasjoner og empiriske undersøkelser på en eksplorerende måte. Studien sikter ikke nødvendigvis mot å lage nye teorier, men jeg har mulighet til å gjøre det. Studien er samtidig deduktiv, ved at jeg kan studere om tidligere teorier om tolkningsrammer stemmer med funnene i det virkelige liv (Grønmo, 2016, s. 51).

3.1 Casestudier

Ettersom masteroppgavens format gir visse begrensninger, er en casestudie en god måte å undersøke det valgte emnet. Ifølge Yin (2009) bygger casestudien på spørsmålene *hvordan* og *hvorfor*, og den kjennetegnes ved at et kontemporært fenomen, som er utenfor forskerens mulighet til å manipulere, undersøkes. I tillegg kan en casestudie ta for seg et stort knippe

beviser – alt fra dokumenter til intervjuer og observasjoner (Yin, 2009, s. 11-13). Undersøker man én enkelt case, en enkeltcasestudie, er formålet å få en helhetlig forståelse av én sak (Grønmo, 2016, s. 105). Denne casestudien har et slikt formål. Ved å undersøke EAT-Lancet-debatten i dybden, vil studien kunne gi detaljerte beskrivelser av akkurat denne debatten. Den er interessant i seg selv, ettersom den tar for seg både helse- og miljøaspektet ved kjøttspising, i tillegg til at den skapte stort engasjement. Casestudier har likevel noen ulemper. Det vil for eksempel ikke være mulig å gjøre statistiske generaliseringer, der resultatene overføres til et større univers eller en populasjon (Yin, 2009). Likevel kan studien si noe om den generelle debatten om kjøtt, og dermed være nyttig. Resultatene kan også generaliseres *analytisk*, ved at tidligere teorier testes mot studiens resultater (Yin, 2009, s. 38-39).

3.2 Kvalitativ analyse av tolkningsrammene

For å finne frem til aktørene og mediernes tolkningsrammer, slik problemstillingen søker, gjennomførte jeg en kvalitativ innholdsanalyse. For å undersøke aktørenes rammer analyserte jeg 26 artikler og 15 dokumenter fra aktørenes kanaler. For å analysere mediernes rammer undersøkte jeg 60 artikler. Den kvalitative innholdsanalysen går i dybden på et mindre utvalg tekster, og ved hjelp av nærlesing sikter man mot å få en bredere forståelse av innholdet. I kvalitativ forskning legges det større vekt på «forståelse enn forklaring» (Tjora, 2012, s. 18).

3.2.1 Aktørenes rammer: Fremgangsmåte og empiri

Fremgangsmåten for denne delen, er som forklart i teorikapittelet, basert på Van Gorp (2010) retningslinjer. Etter å ha *samlet inn data* og bestemt meg for analysens empiriske utvalg, som vil bli beskrevet nedenfor, la jeg alle artiklene inn i analyseprogrammet NVivo. Steg to handler om å gjennomføre en *åpen koding av tekstene*. Det vil si at forskeren ikke skal ha koder klare på forhånd, men heller møte teksten uten nødvendigvis å vite hva hun er på jakt etter (Van Gorp, 2010, s. 94). Jeg tok for meg én og én artikkel, og opprettet kategorier basert på EAT og kjøttbransjens utsagn. Disse kategoriene ble til mens jeg leste, og arbeidet var dermed induktivt, slik Van Gorp foreslår, ved at jeg ikke tok utgangspunkt i teori eller forhåndsdefinerte koder. I det tredje steget skal forskeren *sortere kodene i meningsfulle elementer*, der innhold som er likt samles. Denne inndelingen skal være mer abstrakt og på et høyere nivå (Van Gorp, 2010, s. 96). Jeg gikk dermed gjennom kategoriene på nytt, og slo sammen overlappende innhold. Etter det gikk jeg over til steg fire, hvor forskeren skal gjøre

en *selektiv koding*. I denne fasen skal rammematriksen fylles inn, basert på funnene i de tidligere stegene (Van Gorp, 2010, s. 96-97). Jeg hentet frem Entmans (1993) foreslåtte elementer for identifisering av tolkningsrammer, og prøvde å plassere utsagnene til EAT og kjøttbransjen i elementene *problem, årsak, moralsk vurdering* og *løsning*. Deretter lette jeg etter mønster i elementene og utsagnene, for så å formulere nye setninger som beskrev problemet, årsaken, den moralske vurderingen og løsningen. Til slutt satt jeg igjen med et utkast til aktørenes rammer som jeg selv hadde identifisert. For å være mer sikker på at rammene jeg kom frem til var gode, vurderte jeg dem etter Van Gorps (2010, s. 97-99) tre kriterier. Han mener en god ramme bør være *utfyllende* i rammematriksen, ha en *logisk sammenheng* mellom de fire elementene og være *abstrakt nok* til å kunne overføres til andre situasjoner. Noen av rammene var ikke like godt utfyllt i matrisen og sammenhengen mellom elementene var ulogisk. Jeg jobbet meg dermed gjennom materialet flere ganger, og kom til slutt frem til rammer jeg mener oppfyller kriteriene.

Deretter gikk jeg i gang med fase to, en deduktiv og kvantitativ tilnærming for å tallfeste rammene. I det siste steget skal forskeren få oversikt over hvor ofte rammene brukes, for å kunne si hvilke som er mest fremtredende. Det første Van Gorp (2010, s. 100) foreslår, er å *utforme en kodebok* med enkle ja- og nei-spørsmål. Jeg lagde en oversikt i Excel, leste igjennom tekstene på nytt og registrerte om hver ramme var tilstede eller ikke. Jeg registrerte om hver aktør hadde tatt i bruk rammen i teksten eller ikke, og hver tekst kunne dermed inneholde flere rammer. På den måten fikk jeg oversikt over hvilke rammer kjøttbransjens ulike aktører brukte og om det var forskjell mellom kommunikasjonen.

Det empiriske utvalget består av 26 artikler plukket ut fra utvalget for den kvantitative analysen, som vil bli beskrevet under. Fra kjøttbransjen er analysen basert på utsagn fra Nortura, MatPrat og Animalia, som utgjør studiens svar på «kjøttbransjen». Fra EAT er analysen basert på utsagn fra organisasjonen og rapportens forskere. Selv om forskerne ikke er en del av organisasjonen EAT, blir de i denne sammenhengen sett under ett, ettersom de står samlet om rapporten. Utvalget inkluderer kun artikler der én eller flere av disse aktørene uttaler seg. Korte nyhetsoppdateringer og redaksjonelt meningsbærende stoff er ekskludert.

Deretter gikk jeg over til dokumentanalysen, en form for analyse som ofte blir brukt som et supplement til observasjoner eller intervjuer (Tjora, 2012, s. 162-163). Analysen av dokumentene foregikk på samme måte som analysen av nyhetsartiklene, hvor jeg først kategoriserte dokumentenes innhold induktivt i NVivo og deretter tallfestet rammene i Excel.

Jeg valgte fem dokumenter fra EAT og ti dokumenter fra kjøttbransjens tre aktører, publisert gjennom deres egne kanaler. Ettersom rammer ikke bare finnes i medietekster, men «overalt» (Van Gorp, 2010, s. 94), var det hensiktsmessig å undersøke dokumenter også. Dette gjorde jeg med antagelsen om at tolkningsrammene ville komme tydeligere frem i aktørenes kanaler, der budskapet ikke må gjennom mediene.

Analysen inkluderer fem dokumenter fra EATs kanaler. Disse er rapportens sammendrag, to filmer publisert på sosiale medier, Gunhild Stordalens tale fra åpningen av EAT Stockholm Food Forum 2019 og selskapets årlige gjennomgang for 2018. Da arbeidet med denne masteroppgaven ble gjennomført, var ikke gjennomgangen av 2019 publisert. Fra kjøttbransjens aktører analyserte jeg totalt ti dokumenter. Av disse er fire fra Nortura, og inkluderer en tekst publisert på Norturas nettside, en kort video tilpasset sosiale medier om «Kombikua», konsernets årsmelding for 2019 og samfunnsrapporten for 2019. Fra MatPrat inkluderte jeg fire dokumenter: tre tekster publisert på MatPrats nettsted og én film publisert på YouTube. Fra Animalia inkluderte jeg to dokumenter, begge tekster fra Animalias nettsted. Alle filmene i datamaterialet ble transkribert og analysert som tekst i NVivo. Tekstene er valgt ut på bakgrunn av min vurdering, og det er dermed et strategisk utvalg. En fullstendig liste over alle dokumentene og refererte nyhetsartikler finnes i referanselisten.

3.2.2 Medienes rammer: Fremgangsmåte og empiri

For å undersøke medienes tolkningsrammer gjennomførte jeg de samme stegene som for aktørenes rammer, inspirert av Van Gorp (2010). Jeg leste igjennom hver og en artikkel nøye, og kategoriserte innholdet i NVivo, etterfulgt av en sammenslåing av like kategorier. Deretter noterte jeg det jeg opplevde som Entmans elementer i hver artikkel, basert på journalistens ordvalg, overskrift, bilder og det helhetlige inntrykket. Van Gorp (2010, s. 94) peker på at det er viktig å fokusere på hvordan teksten fortelles, og ikke hva den handler om, noe jeg tenkte på under kodingen. Deretter gjennomførte jeg en deduktiv opptelling. Med medienes rammer valgte jeg å kun telle én ramme per artikkel. I de tilfellene det var vanskelig å avgjøre sakens vinkling, tok jeg kun utgangspunkt i overskrift og ingress.

Det empiriske grunnlaget for analysen av medienes tolkningsrammer består av 60 artikler. Jeg kom frem til artiklene ved å gjøre et nytt utvalg fra artiklene fra den kvantitative undersøkelsen. Ettersom jeg kun ville belyse mediene og journalistenes tolkningsrammer i denne delen, silte jeg ut alle debattinnlegg skrevet av andre aktører, samt korte

nyhetsoppdateringer og like saker. Jeg beholdt redaksjonelt meningsbærende stoff og vanlige nyhetsartikler. Antall artikler i analysen av mediernes rammer ble større enn i aktørenes rammer, ettersom jeg ikke kun var ute etter aktørenes utsagn i mediedelen.

3.2.3 Rammenes legitimitetsaspekter: Fremgangsmåte og empiri

For å analysere rammenes legitimitetsaspekter valgte jeg å lene meg på en klassisk tekstanalyse, der utvalgte begreper eller analyseredskaper skal belyse det jeg vil analysere (Østbye et al., 2013, s. 58). Med en hermeneutisk tilnærming i grunn, var jeg ute etter å fortolke aktørene og deres synspunkter og intensjoner (Grønmo, 2016). Jeg vektla min egen for-forståelse og en helhetlig forståelse, ettersom ingen fenomener kan forstås uten å inkludere den større helheten de inngår i, ifølge hermeneutikken. Grønmo påpeker også at en kontekstuell fortolkning er en forutsetning for å kunne forstå helheten (2016, s. 393-394). For å forstå rammens legitimitetsaspekter, tok jeg i betraktning den konteksten de inngår i. Jeg tok utgangspunkt i det samme empiriske grunnlaget som for aktørenes rammer.

3.3 Kvantitativ innholdsanalyse av mediedekningen

For å få svar på andre og tredje del av problemstillingen, var det hensiktsmessig å få oversikt over mediedekningen. Jeg valgte å gjennomføre en kvantitativ innholdsanalyse av 110 artikler i ti store norske aviser på nett i perioden 01.01.19-28.02.19. Hensikten med en kvantitativ innholdsanalyse er å lage tallbaserte oppsummeringer av det man undersøker, ifølge Neuendorf (2002). Analysen etterstreber å være så nær standarden for vitenskapelig metode som mulig ved å være objektiv, ha et *a-priori-design*, der alle variabler bestemmes på forhånd, og ved å oppfylle kravene om reliabilitet, validitet, generaliserbarhet, replikerbarhet og hypotesetesting (Neuendorf, 2002, s. 10-13).

3.3.1 Framgangsmåte og empiri

Det første jeg gjorde var å gjennomgå noen tilfeldige artikler fra perioden etter at EAT-Lancet-rapporten ble publisert, for å få en oversikt over materialet (Grønmo, 2016, s. 215). Gjennomlesingen gjorde at jeg fikk en viss oversikt over sentrale aktører og temaer, og det hjalp meg å forstå hvilke spørsmål jeg skulle stille. På bakgrunn av det jeg fant, konstruerte jeg hensiktsmessige variabler og en detaljert kodebok. Å utforme variabler kan være

utfordrende i en kvantitativ innholdsanalyse, samtidig som det er svært viktig at de er nøye utarbeidet på forhånd (Grønmo, 2016, s. 215). Hensikten med en detaljert kodebok er å legge til rette for at alle som koder skal forstå kodingen så likt som mulig, og på den måten eliminere misforståelser og feil (Neuendorf, 2002, s. 132). I utformingen av kodeboken la jeg vekt på problemstillingen, slik at variablene samstemte med det jeg faktisk ville ha svar på.

De første variablene er identifikasjonsvariabler, hvor tittel, dato og i hvilken avis teksten er publisert, ble registrert. Variabelen *avis* er valgt for å få frem om og hvordan de ulike mediene dekket saken. Deretter registrerte jeg artikkelens *hovedtema*, hvor jeg kodet kun ett tema per sak, basert på sakens overordnede tema. I noen tilfeller var det vanskelig å avgjøre hva hovedtemaet var, ettersom artikkelen behandlet ulike temaer. Det ble løst ved at jeg baserte valget på det temaet som var mest fremtredende i overskrift og ingress. Jeg kodet kategorien *EAT-Lancet-rapporten* hvis artikkelen i hovedsak handlet om lanseringen eller innholdet i rapporten i sin helhet. *Kjøttkonsum og/eller kjøttproduksjon* ble kodet hvis kjøttet var i fokus, med undertemaer som for eksempel bærekraft og forbrukerrelaterte saker om kjøtterstatninger. *Norsk landbruk* ble kodet dersom saken handlet om undertemaer som landbrukspolitik, husdyrhold og subsidier. *Kjøttbransjen/kjøttlobbyen* ble kodet der saken var vinklet mot bransjen i helhet, eller i form av ris eller ros. Saker som omhandlet ris eller ros rettet mot EAT som organisasjon eller Stordalen som privatperson ble kodet under *EAT/Gunhild Stordalen*. Jeg inkluderte også en *annet*-kategori, hvor alle saker som ikke passet inn i noen av de andre kategoriene ble plassert.

Videre registrerte jeg alle kilder som uttalte seg i saken, det vil si alle aktører som hadde ett eller flere sitater på trykk. Hver aktør ble kun registrert én gang per artikkel, selv om vedkommende hadde flere sitater i samme artikkel. Jeg hadde en anelse om hvilke aktører som ville komme med uttalelser, som Norges Bondelag og politikere, men det var også noen jeg ikke forutså. Noen kategorier ble dermed lagt til underveis i denne variabelen, som for eksempel *myndighet/offentlig forvaltning* og *dagligvarebransjen*. Nortura ble ekskludert i kategorien *virksomhet/produsent*, ettersom konsernet ble registrert som en egen kategori. Alle politikere ble kodet i *politiker*-kategorien, ettersom jeg ikke så det hensiktsmessig å skille mellom hvilket parti de ulike politikerne tilhørte. Kategorien *ingen* ble også inkludert, ettersom det ikke var uttalelser i alle sakene. Den siste variabelen registrerte artikkelens hovedkilde. Det ble basert på den aktøren som fikk mest spalteplass i artikkelen totalt sett. I noen saker var det vanskelig å vurdere, ettersom aktørene uttalte seg omtrent like mye i

samme sak. I slike tilfeller valgte jeg den første kilden, altså den som dukket opp først i artikkelen. Kategoriene for denne variabelen er de samme som for antall uttalelser. Hver gang det dukket opp en ny aktør jeg ikke hadde inkludert, la jeg til aktøren som kategori både i denne og den forrige variabelen, slik at listene med kategorier ble identiske. Når kodeboken var klar, lastet jeg ned en oversikt over alle artiklene fra Atekst. Jeg kodet deretter én og én artikkel manuelt i programmet Excel. Til slutt satt jeg igjen med et utfylt kodeskjema. Herfra gjorde jeg enkle deskriptive, statistiske analyser for å kunne beskrive dataenes karakteristikk og oppsummere tallene.

Det empiriske utvalget for den kvantitative innholdsanalysen er basert på 110 artikler fra Retrievers mediearkiv Atekst. Jeg brukte søkestrengen *EAT OR EAT-Lancet OR EAT-rapport**. Med disse ordene favnet søket om de fleste artikler der rapporten nevnes. Jeg begrenset søket til å gjelde fra perioden 01.01.2019 til 28.02.2019. I og med at EAT-Lancet-rapporten ble lansert 17. januar, var debatten mest aktuell i denne perioden. Søket i Atekst viste også at debatten i stor grad hadde avtatt i mars, som jeg dermed utelot. Videre valgte jeg artikler fra ti store medier på nett i Norge: *Aftenposten, NRK, VG, Dagbladet, Nationen, Nettavisen, Dagens Næringsliv, E24, ABC Nyheter* og *TV2*. Alle mediene, utenom Nationen, er blant de 12 mest leste digitale mediehusene i Norge januar 2020 (Mediebedriftene, 2020). Jeg valgte å inkludere de største mediene fordi jeg antok at aktørene ville være mest fremtredende der, og ikke i mindre lokalaviser. Jeg valgte ti aviser, og ikke færre, for at bildet av hvordan debatten ble dekket skulle være så representativt som mulig. I tillegg inkluderte jeg Nationen, som kalles «distriktenes næringsavis», med fokus på næring, landbruk og politikk. Nationen oppgir 79.000 i lesertall ved siste måling (Nationen, u.å.). Det var interessant å inkludere avisen for å se om den dekket saken på en annerledes måte enn de andre mediene. Det var en antagelse jeg hadde i forkant.

Selv om saken også ble dekket i andre medier, som TV, radio og sosiale medier, valgte jeg å kun fokusere på pressen og det skriftlige mediet, med tanke på behovet for innsnevring. Datamaterialet inkluderer kun artikler på nett. Jeg så det som lite hensiktsmessig å inkludere artikler på papir, ettersom de aller fleste sakene fra papiraviser også publiseres på nett, i tillegg til at flere av mediene ikke har papirutgave. Videre er både Nationen og Aftenposten inkludert med betalingsmur. Aftenpostens nettartikler er ikke tilgjengelige i Retrievers mediearkiv, derfor tok jeg i bruk et abonnement. Nationen ble inkludert med innlogging ettersom 18 saker var tilgjengelige bak betalingsmur. Jeg anså disse sakene som relevante for

oppgavens tematikk. Jeg valgte å ikke inkludere Pluss-saker fra de andre mediene, fordi det ikke utgjorde en forskjell for analysen, da det var svært få eller ingen artikler der EAT-rapporten ble nevnt bak betalingsmur hos for eksempel VG og Dagbladet. Jeg ekskluderte også noen saker som ikke omhandlet EAT-rapporten, men som likevel kom med i søket.

3.4 Dybdeintervjuer

Intervju som metode handler om å studere informantenes meninger og holdninger og få tak i informasjon det ellers vil være vanskelig å få tak i (Tjora, 2012; Østbye et al., 2013). Jeg valgte intervjuer for å komplementere innholdsanalysen, for å få vite hvordan aktørene deltok i debatten og få mulighet til å dobbeltsjekke om rammene jeg hadde funnet i analysen hang på greip. Jeg gjennomførte to intervjuer med informanter fra EAT og Nortura.

3.4.1 Fremgangsmåte og empiri

For å forsikre meg om at intervjuene ble gjennomført på en så god måte som mulig, fulgte jeg Brinkmann og Kvaales (2015) syv steg til et godt intervju: *tematisering, design, intervju, transkribering, analysering, verifisering og rapportering*. Selv om ingen intervjuopprosess er lik (Brinkmann & Kvale, 2015, s. 125), fungerte stegene som gode retningslinjer. Først gjorde jeg meg kjent med situasjonen til både Nortura og EAT, og satte meg inn i debatten etter beste evne, siden «... familiarity with the theme investigated is required to be able to pose relevant questions» (Brinkmann & Kvale, 2015, s. 133). Deretter gikk jeg i gang med å utforme intervjuguiden. I intervjuguidene var jeg opptatt av verken å stille ledende eller innviklede spørsmål. Jeg valgte en semistrukturert intervjuguide, som ville gjøre det mulig for samtalen å ta uventede vendinger (Østbye et al., 2013, s. 100). Det førte til at jeg ikke stilte alle spørsmålene i den opprinnelige guiden i intervjuet, men kun de som føltes relevante underveis. De spørsmålene fra intervjuguiden jeg stilte, er vedlagt. Etter godkjenning fra Norsk senter for Forskningsdata, tok jeg kontakt med intervjuobjektene via e-post, hvorpå begge svarte at de ønsket å være med i studien. Begge intervjuene ble transkribert kort tid etter at de ble gjennomført. Etter at intervjuene var transkribert, ble innholdet kategorisert i NVivo, ut ifra temaer som strategi, medienes rolle og informantenes opplevelse av debatten.

Jeg gjorde totalt to intervjuer, som begge ble gjennomført i løpet av høsten 2019. Først intervjuet jeg *Simen Sletsjøe*, kommunikasjonsdirektør i EAT Foundation. Intervjuet ble

gjennomført på Universitetet i Oslo 10. september, med en varighet på 1 time og 23 minutter. På intervjudtidspunktet hadde Sletsjøe jobbet i EAT i over to år. Deretter intervjuet jeg en representant fra Nortura som jobber med kommunikasjon, som ønsker å være anonym i studien. Intervjuet fant sted i Norturas lokaler 10. desember, og varte i 51 minutter. Begge informantene var i sine stillinger under lanseringen av EAT-Lancet-rapporten. Begge fikk skriftlig og muntlig beskjed om studiens gang, deres bidrag og mulighet til å se igjennom det endelige resultatet før publisering. Det ble også samtykket til at intervjuene ble spilt inn. Jeg plukket ut informantene gjennom en skjønsmessig utvelgelse. Som en del av EAT var Simen Sletsjøe et hensiktsmessig intervjuobjekt, ettersom han ville ha mye informasjon om EAT og lanseringen av rapporten. Representanten fra Nortura ble valgt ut fordi jeg på forhånd hadde bestemt meg for å inkludere virksomheten som representant for kjøttbransjen. Ettersom begge intervjuobjektene jobbet med kommunikasjon i sine organisasjoner i perioden studien tar for seg, var det grunn til å tro at de ville komme med relevant informasjon.

3.5 Oppgavens kvalitet

I det følgende vil studiens kvalitet diskuteres. Først vil jeg ta for meg hver og en av de valgte metodene og tilhørende empiri, og diskutere svakheter og utfordringer jeg støtte på. Deretter vil jeg se nærmere på om man kan si at de brukte metodene og utvalgene gir god forskning. Er studien valid og reliabel? Vil det være mulig å generalisere ut ifra funnene?

3.5.1 Kvalitativ analyse av tolkningsrammene

Først ut er den kvalitative innholdsanalysen av aktørene og medienes rammer. En vanlig utfordring er at forskerens perspektiv kan påvirke både utvalget og selve tolkningen, for eksempel ved at visse tekster ikke tas med fordi forskeren mener de ikke passer inn ut ifra hans perspektiv (Grønmo, 2016, s. 180). Rammeforskningen har også problematiske sider. Matthes og Kohring (2008) diskuterer flere problemer med identifisering av tolkningsrammer, som de mener har ledet til utfordringer med både validitet og reliabilitet. I studier med en induktiv tilnærming er ofte problemet at forskeren «leter» etter rammer som vil passe inn med den antakelsen hun har på forhånd, og på den måten kan rammene ende opp med å være forskerens rammer, og ikke aktørenes eller medienes. I tillegg kan forskeren ha problemer med å finne nye rammer når han først har identifisert noen, siden forskeren vil at alle rammer skal passe inn i de han allerede har identifisert (Matthes & Kohring, 2008, s. 259-261). I

studier med en deduktiv tilnærming kan det være vanskelig å finne rammer, ettersom teksten man står overfor ikke nødvendigvis passer inn med de forhåndsdefinerte, generiske rammene. En slik teoridrevet fremgangsmåte vil også kunne overse viktige rammer, ifølge Matthes og Kohring (2008, s. 262-263). Ingen av tilnærmingene er dermed perfekte. Van Gorps (2010) tilnærming, som oppgaven følger, kan sies å være en manuell holistisk fremgangsmåte, der rammene først blir identifisert induktivt, deretter kodet deduktivt. Matthes og Kohring (2008, s. 260) mener en slik tilnærming vil kunne støte på de samme problemene som den induktive tilnærmingen, som forklart ovenfor. For at det skal fungere, må fremgangsmåten for hvordan rammene blir identifisert være transparent, slik at leseren forstår selve operasjonaliseringen.

I en kvalitativ innholdsanalyse er dessuten tolkningsaspektet viktig. Med tolkning vil det være slik at andre forskere kan stå overfor det samme datamaterialet, men tolke det på en helt annen måte. I tillegg må forskeren selv må ta egne beslutninger om hva som er viktigst. Med lite erfaring på forskerfronten, var det å stole på egne avgjørelser utfordrende.

Identifiseringen av aktørenes rammer var spesielt vanskelig, og jeg støtte på flere problemer. For det første passet mange av utsagnene inn i flere av Entmans elementer, i tillegg til at én og samme setning kunne inneholde noe som både minnet om et problem og en årsak. Det var dermed vanskelig å dele opp og vurdere hvor de ulike utsagnene passet inn. Dette var spesielt vanskelig i kjøttbransjens Bærekraftsramme, som inneholder mange elementer jeg måtte vurdere om kunne fungere som egne rammer. For det andre fant jeg få eksplisitte tegn til flere av elementene, og det var sjelden det aktørene sa passet perfekt inn. Jeg ble dermed nødt til å lete mellom linjene. Gjennom hele prosessen har jeg vært redd for å ilegge aktørene budskap de selv ikke mener de har. Slik er det likevel med rammeforskning: man har ingen garanti for at andre mener rammene man har kommet frem til gir mening. Til slutt var det vanskelig å snevre inn og å gjøre rammene generelle nok. Jeg startet med syv rammer for bransjen, som senere ble redusert til to. For EAT startet jeg med to rammer, som ble redusert til én. Å utelukke noen rammer var risikabelt, ettersom det kunne hende at jeg overså noe viktig. Likevel var mange av rammene såpass like at de kunne slås sammen. Å gjøre rammene så generelle at de kunne overføres til andre problemer, var også utfordrende.

Det samme gjelder identifiseringen av mediens rammer, hvor jeg støtte på flere av de samme problemene. Jeg identifiserte aktørenes rammer først, noe som kan ha gjort at jeg ubevisst «lette» etter rammene jeg allerede hadde identifisert. Å nullstille seg helt var vanskelig. I tillegg opplevde jeg noen av sakene som rammeløse, mens andre hadde én vinkling

innledningsvis, men en annen lenger ned i saken. Utfordringene kan ha blitt forsterket av at utvalget var lite, som gjorde at det ikke fantes mange saker som kunne bygge opp om de rammene jeg faktisk fant. Dessuten var det lett å havne i fellen med å identifisere *temaer*, og ikke rammer. Jeg startet med syv rammer, men endte opp med tre. Å identifisere rammer har vært alt annet enn rett frem. Jeg har revidert rammedelen flere antall ganger, og kategoriseringen og tolkningen av rammene har vært en av oppgavens største utfordringer.

Det empiriske grunnlaget for den kvalitative analysen har også noen svakheter. Utvalget artikler og dokumenter er relativt lite, noe som kan ha ført til et tynnere bevisgrunnlag. På den andre siden er det vanlig med få tekster ved nærlesing, og det kan være en fordel, ettersom det er tidkrevende å studere tolkningsrammer. I tillegg var noen av de analyserte dokumentene publisert et par måneder senere enn den perioden jeg hadde bestemt meg for. Jeg valgte likevel å inkludere disse, da de likevel var knyttet til oppgavens tematikk. Dessuten kan det at jeg undersøker Nortura, MatPrat og Animalia under ett kritiseres. Selv om det totalt sett ga et rikere datamateriale, kan det ha vært dumt å skjære alle over samme kam. Aktørene representerer forskjellige organisasjoner, noe Norturas representant belyser i intervjuet. Han bekrefter at det har vært en viss kontakt på tvers av bransjen, men han understreker likevel at hver aktør må svare for seg. Jeg valgte likevel å se på alle aktørene under ett i den kvalitative analysen, fordi det viste seg at de samme problemdefinisjonene og årsakssammenhengene gikk igjen hos alle. Både Nortura og MatPrat snakker om helse- og miljøaspektet, og Animalia og MatPrat publiserer for eksempel to kronikker sammen.

Videre kan fremgangsmåten for å undersøke rammenes legitimitetsaspekter kritiseres. Jeg kunne med fordel ha foretatt en form for koding, for en mer systematisk tilnærming. At jeg ikke kodet, gjorde til gjengjeld at jeg fikk tid til å gå i dybden andre steder.

Jeg fikk heller ikke gjennomført studien i den rekkefølgen jeg ønsket. Jeg planla å gjennomføre analysene først, og deretter sjekke om funnene samsvarte med informantenes svar. Jeg fikk ikke fullført analysene før intervjuene, men jeg fikk likevel sjekket funnene mot det informantene sa. Det er dermed grunn til å tro at rekkefølgen ikke hadde stor betydning.

3.5.2 Kvantitativ innholdsanalyse av mediedekningen

En svakhet ved den kvantitative innholdsanalysen er at den som koder kan være sliten og dermed gjør feil, noe som kan ha skjedd meg også. En annen vanlig utfordring er at koderen

kan påvirkes av egne oppfatninger (Grønmo, 2016, s. 214), noe jeg heller ikke kan se bort fra. Jeg kunne også med fordel latt en annen kode et utvalg artikler, for å se om vedkommende ville komme frem til noenlunde like resultater (Neuendorf, 2002, s. 161). Det var imidlertid vanskelig å gjennomføre, og jeg valgte å fokusere mest på den kvalitative tilnærmingen, og la den kvantitative analysen fungere som et supplement.

Det empiriske grunnlaget har også sine svakheter. Ettersom det dukket opp nærmere 800 artikler med den valgte søkestrengen og perioden når alle norske kilder var inkludert i søket, valgte jeg å kun fokusere på et utvalg større aviser. Det førte til at lokalavisenes perspektiver, som noen steder kanskje er mer knyttet til landbruket, ikke er inkludert i studien. På den andre siden var det mindre sannsynlig at jeg ville finne aktørenes tolkningsrammer i disse publikasjonene, og det er grunn til å tro at ekskluderingen ikke påvirket studien til syvende og sist. Det endelige utvalget saker ble likevel ikke så stort, og den kvantitative analysen ville kanskje fått mer tyngde med flere enn 110 saker. På den andre siden var det de sakene jeg hadde å forholde meg til med den valgte søkestrengen, perioden og kildeutvalget.

3.5.3 Kvalitative intervjuer

Når man gjennomfører intervjuer kan det blant annet være utfordrende å få intervjuobjektet i tale, å lytte mer enn man snakker og å sikre god kvalitet på lydopptaket. Å intervju mennesker som er trent i å legge frem gjennomtenkte synspunkter kan være ekstra utfordrende, ettersom informantene kan gi politisk korrekte svar, som kan forhindre gode og ærlige refleksjoner rundt temaet (Brinkmann & Kvale, 2015, s. 171-172). Dette var et problem jeg var oppmerksom på, siden intervjuobjektene jobber med mediekontakt til vanlig. Som masterstudent med begrenset forskningserfaring, var det likevel noe utfordrende å ta ledelsen i møte med erfarne kommunikasjonsfolk. Å avbryte informanten når vedkommende for eksempel svarte på andre ting enn selve spørsmålet, var vanskelig. Svarene var ofte lange og innom flere temaer, som gjorde det utfordrende å lede samtalen tilbake til spørsmålet, komme med gode oppfølgingsspørsmål og stille bekreftende spørsmål. Det kan ha gjort intervjuene mindre fruktbare og konfronterende. På den andre siden opplevde jeg begge intervjuobjektene som hyggelige, åpne og snakkesalige, og samtalene ga meg mye interessant informasjon. I tillegg ga begge meg muligheten til å ta kontakt på et senere tidspunkt, hvis jeg hadde behov for oppklaring eller mer informasjon. Å bli servert noen standardiserte svar var

heller ikke nødvendigvis bare dumt i denne sammenhengen. De standardiserte svarene samsvarte ofte med rammene som ble brukt i mediene, som var det jeg var på jakt etter.

Videre kan antall intervjuer være en svakhet ved studien. Jeg kunne med fordel ha intervjuet både MatPrat og Animalia fra kjøttbransjen, som jeg studerer i den kvalitative analysen. Nortura kan ikke svare for hele bransjen, og de tre organisasjonene opplevde mest sannsynlig debatten på ulikt vis. På den andre siden avhenger antall intervjuobjekter av studien (Brinkmann & Kvale, 2015, s. 140), og i dette tilfelle kan innholds- og dokumentanalysen veie opp for få intervjuer. Man må også vurdere om det ville tilføre mer til analysen. Med det intervjuet jeg hadde, opplevde jeg at jeg fikk den informasjon jeg trengte. Uansett kan valget av Nortura som eneste intervjuobjekt være en svakhet. Selv om selskapet er Norges største produsent, representerer de på ingen måte hele den norske kjøttbransjen – men kun én del.

3.5.4 Validitet, reliabilitet og generaliserbarhet

En studie har høy *validitet* hvis det er samsvar mellom studiens problemstilling og de faktiske dataene innsamlet. Måler man det man sier man skal måle, vil studien ha høy validitet (Grønmo, 2016, s. 241). Yin (2009, s. 42) foreslår tre taktikker for en mer valid casestudie. For det første kan det å inkludere flere metoder og bevismaterialer, fra nyhetsartikler, dokumenter og intervjuer, stryke validiteten. Det gjør denne studien, selv om flere intervjuobjekter med fordel kunne vært inkludert. Deretter kan validiteten styrkes ved å vise hvordan bevisene henger sammen, slik at leseren kan følge studien fra start til slutt. Det har jeg prøvd å gjøre. Til slutt anbefaler Yin (2009) å la informantene se over egne utsagn før publisering, noe jeg tilbød begge. I kvalitative intervjuer ligger validiteten i forskerens håndverk, og det er viktig å tenke validitet hele veien (Brinkmann & Kvale, 2015). Under intervjuet ønsket jeg å stille bekreftende spørsmål, slik at jeg var sikker på at jeg hadde forstått intervjuobjektet riktig, som Brinkmann og Kvale foreslår. Det var imidlertid lettere sagt enn gjort, og min uerfarenhet som forsker kan ha påvirket intervjuenes validitet.

Reliabilitet handler om datamaterialet er pålitelig (Grønmo, 2016). Det vil det være hvis andre forskere får tilsvarende data hvis de gjennomfører empiriinnsamlingen slik den er beskrevet i studien. Jo likere dataene er, jo høyere er reliabiliteten. Å gjennomføre og samle inn de eksakt samme dataene er imidlertid ikke alltid mulig, siden intervjuobjekter kan svare forskjellig fra gang til gang og fenomener kan endres (Grønmo, 2016, s. 240-241). I denne studien vil det også være slik, spesielt med tanke på intervjuobjektene. På den andre siden kan det empiriske

grunnlaget for innholdsanalysen, hentet fra Retrievers database, styrke studiens reliabilitet, ettersom artiklene vil være tilgjengelig også for andre. At jeg valgte artikler kun fra nettaviser kan likevel ha vært en ulempe, ved at tilgang til nettavisenes artikler kan forsvinne i ettertid.

Videre vil tolkningsaspektet ved studien kunne svekke dens reliabilitet. Det er med stor sannsynlighet at en annen forsker ville tolket rammene, debatten og intervjuene på en annen måte enn meg. Underveis i studien har jeg prøvd å peke på at min tolkning ikke er den eneste mulige, og at det jeg presenterer bare er én måte å forstå dataene på. Dessuten vil forskeren alltid preges av egne oppfatninger, noe visse forskningstradisjoner ser på som støy, ifølge Tjora (2012). Han mener imidlertid forskerens forkunnskap er en ressurs, så lenge man gjør rede for hvordan kunnskapen kan komme til å påvirke studien (2012, s. 203). I skrivende stund er jeg hverken vegetarianer eller kjøttets største tilhenger. Min interesse for bærekraft og dyr gjør likevel at jeg ofte velger bort visse typer kjøtt. Det kan ha påvirket alt fra valg av case til analysen, og ført til at jeg har «lett» etter rammer som passer inn med mine oppfatninger. Selv om jeg hadde noe kunnskap om temaet fra før, har jeg imidlertid ikke en veldig sterk tilknytning til den ene eller andre siden av debatten. Det kan ha vært en fordel.

I den kvantitative innholdsanalysen vil målingene være ubrukelige hvis de ikke er reliable, og uten reliable målinger vil resultatene heller ikke være valide, ifølge Neuendorf (2002). For å sikre reliabilitet bør kodingen ideelt sett skje i minst to omganger og man bør bruke flere kodere (Neuendorf, 2002, s. 141-146). I en studie som denne var det vanskelig å gjennomføre i praksis. Resultatene i den kvantitative oversikten over mediedekningen er dermed mindre reliable og mindre valide, og bør leses med forsiktighet.

Generaliserbarhet handler om forskningens gyldighet utover det som har blitt undersøkt (Tjora, 2012). I en kvalitativ casestudie vil det ikke være mulig å gjøre en statistisk generalisering. Noe form for generalisering er likevel mulig. Analytisk generalisering (Yin, 2009) eller *konseptuell generalisering*, som Tjora (2012) kaller det, handler om å kunne komme frem til typologier eller begreper som ikke bare er knyttet til casen i seg selv. Målet er at typologiene og begrepene skal kunne brukes som utgangspunkt i andre studier med lignende tema (Tjora, 2012, s. 215). En slik form for generalisering vil være mulig i denne studien. Ved å se på en liten del av debatten om kjøtt, vil funnene kunne bidra til den helhetlige forståelsen og bringes videre til lignende studier. På den andre siden er studien basert på en case, og lansering av EAT-rapporten vil ikke skje på akkurat samme måte igjen.

4 Aktørenes tolkningsrammer

Dette kapittelet vil gi svar på hvilke rammer aktørene brukte om kjøtt i debatten, slik første del av problemstillingen lyder. Først vil EATs ramme, *Reformrammen*, presenteres, som utgangspunkt for hele debatten. Deretter vil bransjens to rammer følge, *Bærekraftsrammen*, rettet mot debattens miljøaspekt, og *Ekspertrammen*, rettet mot debattens helseaspekt. Til slutt vil jeg se nærmere på noen viktige aspekter ved debattens dynamikk. Slik metodekapittelet viser, er rammene som presenteres mine egne tolkninger. De er på ingen måte en fasit.

4.1 Et matsystem med reformbehov

Store Norske Leksikon definerer reform som «... en forandring (omdanning) av de bestående forhold som er, eller er ment å være, til det bedre» (Store Norske Leksikon, 2018). I arbeidet med EATs rammer har jeg identifisert én ramme, som jeg har valgt å kalle *Reformrammen*. Denne rammen er synlig i flere av avisartiklene, og elementene bekreftes både i EATs dokumenter og i intervjuet med Sletsjøe. I hovedtrekk handler Reformrammen om et ønske om reform av verdens matsystem – et system EAT mener ikke fungerer optimalt i dag, ettersom mat både er en av de største driverne for helseutfordringer og den viktigste årsaken til klimagassutslipp og miljøødeleggelser. Per nå sier «den beste tilgjengelige forskningen» at vi har nok kunnskap til å endre det til det bedre. I denne rammen er mat både problemet og løsningen.

Problem og årsak

I flere av artiklene, som det er grunn til å tro at stammer fra en pressemelding fra EAT, dukker rammens problem opp. En av forskerne, professor Tim Lang, forteller om dagens matsystem, som ikke fungerer: «Maten vi spiser og måten den er produsert på er avgjørende for menneskers og planetens helse, og *vi gjør dette seriøst galt for øyeblikket*» [min kursivering] (Bækgaard, 2019d). Dr. Walter Willett fra Harvard University, en av hovedforfatterne bak rapporten, konstaterer at «Verdens kosthold må endres dramatisk» (Johannessen, 2019). Disse ordene kan vitne om at dagens matproduksjon ikke foregår slik den bør. Det trengs en reform, eller en «global jordbruksrevolusjon», slik Willett også uttrykker det (NTB, 2019b).

Problemformuleringen kommer også frem i EATs dokumenter. I rapportens oppsummering fremheves mat som det sterkeste kortet til å bedre menneskers helse og sikre et bærekraftig miljø på planeten. Likevel er det ett problem – «... food is currently threatening both people and planet. An immense challenge facing humanity is to provide a growing world population with healthy diets from sustainable food systems» (EAT Foundation, 2019f). Sletsjøe forklarer også problemet i intervjuet: «Vi produserer feil mat. Vi produserer for lite av det vi bør spise mer av og for mye av det vi bør spise mindre av. Så kaster vi en tredjedel av det attpåtil, som gjør problemet enda verre» (personlig kommunikasjon, 10. september 2019). Min tolkning er at EAT mener problemet er at dagens matsystem ikke fungerer optimalt.

Det er det spesielt to grunner til, knyttet til miljø og menneskers helse. Når det kommer til miljøet, er mat «... den viktigste årsaken til klimagassutslipp og miljøødeleggelser», forteller Stordalen i VG (Johannessen, Sandblad & Kaalstad, 2019). Avisartiklene er imidlertid ikke særlig detaljert når det kommer til miljøutfordringene. Det kan henge sammen med mediens nyhetskriterier (O'Neill & Harcup, 2009) og behovet for å presentere komplisert innhold på en lettfattelig måte som leseren forstår (Dan et al., 2019, s. 7). Flere nyanser kan dermed ha falt bort. Sletsjøe forteller hvordan rapportens behandling av for eksempel artsmangfold ikke fikk mye oppmerksomhet, heller ikke delene om fosfor.

Det er egentlig veldig mye interessant i rapporten som aldri kom fram. For eksempel fosfor, som er en del av kunstgjødsel, som er viktig for at plantene skal gro fortere. Det slippes ut i havet, og så blir det brakkvann hvor nesten alt vannet er dødt og fisker ikke kan leve. Men vi trenger fosfor og nitrogen for å lage kunstgjødsel, hvis vi ikke gjør det så klarer vi ikke å produsere nok mat til alle. Men da skader vi vannet. Ikke bare det – fosfor utvinnes man fra gruver rundt omkring i verden, og det er i ferd med å slippe opp. Snart har vi ikke nok kunstgjødsel. Det er sånn som ingen vet, men som står veldig klart i rapporten. Vi trodde aldri at media skulle skrive om det, for det er ganske avansert. Det ligger kanskje 20, 30, 40 år frem i tiden, men det hadde vært gunstig om folk faktisk var klar over problemet. (Personlig kommunikasjon, 10. september 2019)

I EATs dokumenter kommer miljøutfordringene mer til syne. I en film organisasjonen har publisert på sosiale medier nevnes mat som «... the main cause behind species extinction and a third of all global greenhouse gas emissions» (EAT Foundation, 2019a), og i rapportens sammendrag betegnes matproduksjonen som en trussel mot klimaets stabilitet og

økosystemets motstandsdyktighet (EAT Foundation, 2019f). Sletsjøe bekrefter også sammenhengen mellom mat og miljø: «Matproduksjon er det største fotavtrykket på planeten som er menneskeskapt, det som liksom setter mest. Det er en av de ledende årsakene til klimautslipp, til artsmangfoldsutryddelse, til vannkrise» (personlig kommunikasjon 10. september 2019). Likevel er det først og fremst i selve rapporten at miljøutfordringene utbroderes, i vitenskapelig sammenheng.

Når det kommer til helse, peker EAT blant annet på hvordan sult og feilernæring fortsatt er en stor utfordring. Walter Willett uttaler seg om situasjonen: «Mer enn 800 millioner mennesker får ikke tilstrekkelig næring, mens mange flere har et usunt kosthold som bidrar til for tidlig død eller sykdom» (Hotvedt, 2019). I en artikkel i VG utdyper Stordalen ytterligere: «Mat er i dag en av de største driverne for helseutfordringer som feilernæring og kroniske sykdommer på verdensbasis. Mat er nå et større helseproblem enn alkohol, legemidler, tobakk og ubeskyttet sex til sammen» (Johannessen et al., 2019). I rapportens sammendrag kommer det frem at mange enten har et kosthold med lav kvalitet eller et kosthold bestående av altfor mye mat (EAT Foundation, 2019f). Det samme kommer frem i intervjuet med Sletsjøe: «Kosthold er det som leder til flest dødsfall i året av selvpåførte ting 40% er overvektige, og det byr på diabetes 2 og andre problemer. Det skaper enorme helseutgifter, i tillegg til den lidelsen det påfører» (personlig kommunikasjon, 10. september 2019).

EAT understreker også en av grunnene til at vi *ikke* har fått det til så langt: vi har manglet vitenskapelig konsensus og forskning som kombinerer både helse- og miljøaspektet. Forskningsleder i EAT, Fabrice DeClerck, utdyper i Nationen.

Vi ser at denne rapporten er viktig fordi vi til nå ikke har hatt klart hvordan dietten vår skal se ut for at den skal være sunn, både for kroppen og jorda. Det har gjort det vanskelig for myndigheter og industrien å gjøre noe med problemene vi står overfor. (Bækgaard, 2019f)

I VG kommenterer Stordalen det samme: «Hittil har vi ikke hatt noe svar for hva vi skal produsere og spise, hva er sunt for oss – og hva er bærekraftig for planeten. Dette er det første forsøket på å sette vitenskapsbaserte mål for mat og klima» (Johannessen et al., 2019).

Basert på disse beskrivelsene, tolker jeg det slik at dagens matsystem fører til både helseproblematikk og klimautfordringer, og frem til nå har det manglet samlende forskning om hvordan og hva vi bør produsere for både menneskers og planetens helse.

Moralsk vurdering

Slik jeg ser det, handler rammens moralske vurdering om kunnskapen vi nå besitter. Med EAT-Lancet-rapporten har vi lært mer om miljø- og helseeffekten av det vi spiser – en sammensetning få andre har sett på før. Siden rapporten er basert på tidligere forskning er ikke forskningsgrunnlaget nytt, men det er «en sammensetning av den beste tilgjengelige forskningen i verden», ifølge Stordalen (Wig, 2019). Frasen *den beste tilgjengelige forskningen* dukker opp i flere artikler og i intervjuet med Sletsjøe. Og med den beste forskning har vi fått svar: «We have an answer now: we know the right course for a better future. It's on us to actually take that step. Our food can be the key to solving the biggest challenges we face. Food really can fix it!» (EAT Foundation, 2019a). Og når vi vet det vi vet – hvordan vi kan stoppe en ødeleggende praksis – kan vi ikke la være å handle. Det blir feil. Nå som vi for eksempel vet at plast er med på å ødelegge verdenshavene er mange opptatt av å bruke mindre plast og å ikke kaste plast i naturen. Det er moralsk riktig å gjøre det vi kan for å unngå å forverre marine organismers liv. Det samme gjelder kloden og EAT-dietten; ettersom vi nå vet hvordan vi bør spise for god helse og en friskere planet, bør vi handle deretter. Og konsekvensene av å ikke handle, vil være store, ifølge Stordalen.

Dette er helt avgjørende for vår framtid på planeten og for å leve sunne liv. Det vil kreve en enorm omstilling, men rapporten viser at det er mulig. Det er kanskje vår største mulighet til å forbedre verdens helse, bidra til en bærekraftig utvikling og samle aktører rundt et felles mål som er politisk uavhengig. (NTB, 2019b)

EAT trekker også frem Paris-avtalen og FNs Bærekraftsmål. Uten endringer i matproduksjonen kan det bli vanskelig å oppnå målene verden har satt. I Aftenposten sier Stordalen at det ikke er noe alternativ å ikke handle.

Vi kan ikke med viten og vilje gå videre og feile på de globale målene, som FNs bærekraftsmål og målet om å holde seg under to graders global oppvarming. Samtidig er dette en enorm mulighet til å bedre helsen over hele verden. (NTB, 2019b)

Det samme påpeker Sletsjøe i intervjuet og i sin kronikk i VG: «EAT-Lancet-kommisjonen viser at «alt som før» hverken vil oppfylle Paris-avtalens mål eller begrense epidemien av kostholdsrelaterte sykdommer» (Sletsjøe, 2019). Og sist, men ikke minst: vi har alle et ansvar. «Hvorfor skal vi i Norge holde oss til et kosthold mens alle andre må endre seg? Vi har like mye ansvar som alle andre for å sørge for at matkrisen stopper opp eller blir løst», påpeker Sletsjøe (personlig kommunikasjon, 10. september 2019). Stordalen henvender seg også til Norge: «Norge er et av de rikeste og mest ressurssterke landene i verden, så hvis ikke vi kan klare denne omstillingen, hvem skal klare det da?» (Westeng, 2019).

Det kan dermed se ut til at rammen tar grep om legitimiteten ved å vise til at organisasjonen bryr seg om miljøet og samfunnets beste. Bærekraft er en viktig verdi i dagens samfunn, og noe publikum forventer. Vinklingen mot bærekraft indikerer at EAT opererer i tråd med samfunnets normer, som er en viktig ingrediens for å fremstå som legitim (Metzler, 2001).

Det kan likevel virke som om forskningen i seg selv er rammens viktigste legitimitetsaspekt. Som Pan og Kosicki (2001, s. 45) peker på, har ulike aktører ulike ressurser, og for noen kan forskningen være en viktig ressurs. Det er det liten tvil om at den er for EAT. At 37 «verdensledende forskere» står bak rapporten, gir tyngde i seg selv. Dessuten er *The Lancet* et av verdens eldste, mest kjente og anerkjente medisinske tidsskrift. Det gir helt klart også forskningen makt og autoritet. Sletsjøe forteller hvordan rapporten gikk gjennom en svært lang fagfelleverderingsprosess, «ikke fordi det var noe i veien, men fordi at det var et så enormt materiale. Den dekket så mange fagfelt, så man måtte være helt sikker på at alt stemte» (personlig kommunikasjon, 10. september 2019). Det er mulig at det både er snakk om moralsk legitimitet – vi vil samfunnet vel og følger normene, og den kognitive – at folk tar for gitt at anerkjent forskning er legitim (Suchman, 1995). Sletsjøe understreker hvorfor han mener de oppfattes som legitime.

Fordi vi er forskningsbaserte. Det vi kommer med er ordentlig forskning. EAT-Lancet-rapporten var fagfellevurdert og publisert i et av de tidsskriftene med høyest terskel å bli publisert i. Da får man legitimitet. Folk kan være uenig i deg, men de kan fortsatt mene at du har rett til si [det]. Det var aldri satt noen spørsmål ved forskningsfunnene. Kanskje noe rundt metodikk og sånt, men det var ingen som sa at «nei, dette er bare bullshit». Så legitimitet har vi ikke noe problem med. (Personlig kommunikasjon, 10. september 2019)

Løsning

EAT retter seg både mot enkeltmennesket og store aktører i rammens løsning. En «global dugnad» er det som trengs, «... hvor alle kommer sammen for å finne ut hvordan vi kan omstille oss fra dagens praksis til noe som er vinn-vinn for alle», slik Stordalen forklarer til Nettavisen (Westeng, 2019). Enkeltmennesker oppfordres til å gjøre sin del, og det «... aller viktigste hver enkelt kan gjøre for egen helse og miljøet, er å spise mer planter. Vi kan fortsatt spise kjøtt og meieriprodukter, men i mindre mengder enn før, spesielt rødt og bearbeidet kjøtt», ifølge Stordalen (Sjuve & Gulbrandsen, 2019). Sletsjøe nevner også hvordan vanlige folk kan ta et valg og si at de vil spise mat som er laget på en bærekraftig måte, «... slik at de store produsentene skjønner at de må slutte å lage mat på en skadelig måte» (personlig kommunikasjon, 10. september 2019). I tillegg representerer det ideelle kostholdet, *The Planetary Health Diet*, en form for løsning – *spis slik, og du og planeten vil få det bedre*. Willett beskriver kostholdet slik: «Sunt kosthold må ha et tilpasset kaloriinntak og bestå av varierte, plantebaserte råvarer, små mengder animalsk basert mat, umettet fett fremfor mettet, og lite raffinert korn, prosessert mat og tilsatt sukker» (Hotvedt, 2019). Enkeltmenneskets bidrag virker altså ikke ubetydelig, og de ulike bevisene satt sammen peker i retning av at det å spise mer grønt og mindre kjøtt er én del av EATs løsning.

Samtidig retter EAT oppmerksomheten mot noe større, noe mer strukturelt. Sunn mat må bli mer tilgjengelig, og «Det må bli så billig, enkelt og godt at det å velge sunt og bærekraftig ikke bare blir et fornuftig alternativ, men den nye normalen», ifølge Stordalen (Dalseg, 2019). Det kan vi kun få til gjennom samarbeid. Politikere, aktører i matsystemet og matindustrien må gå sammen, siden endringene rapporten sikter mot er krevende, og det heller ikke kun er enkeltmennesker som må ta grep. Det vil være utfordrende, og «Det vil kreve samarbeid som vi aldri har sett før. På alle nivåer og fra alle aktører», slik Stordalen sa fra talerstolen i FN (Krekling & Westhrin, 2019). Likevel er hun optimistisk, for «Rapporten sier at vi har mer enn nok kunnskap til å handle» (Johannessen et al., 2019). Sletsjøe påpeker det samme, at det viktigste først og fremst er at det er mulig å få til. Han nevner blant annet at politikere må brette opp ermene, at det må bli lettere for bønder å legge om produksjonen sin og at vi må ha mekanismer som gjør at vi forstår miljøkonsekvensene av maten vi spiser (personlig kommunikasjon, 10. september 2019). Rapportens oppsummering fastslår det samme.

This concerted commitment can be achieved by making healthy foods more available, accessible and affordable in place of unhealthier alternatives, improving information

and food marketing, investing in public health information and sustainability education, implementing food-based dietary guidelines, and using health care services to deliver dietary advice and interventions. (EAT Foundation, 2019f, s. 21)

Oppsummert tolker jeg Reformrammen slik: EATs definisjon av problemet er at dagens matproduksjon ikke tar hensyn til planeten eller folkehelsen i tilstrekkelig grad. Grunnen til det er at både mennesker og planetens helse trues av måten vi gjør det på i dag. Dagens matpraksis påvirker miljøet negativt, samtidig som feilernæring er et stort problem. Når vi vet hvordan vi kan endre det til det bedre, må vi handle deretter. Løsningen er at vi endrer oss. Enkeltmennesker må spise mer grønt og mindre kjøtt og store aktører må samarbeide om å nå målene. EATs ramme er dermed ikke en egen ramme om kjøtt, men en ramme om verdens matsystem, der kjøttet er en del av løsningen. De ulike elementene er plassert i tabell 4.1.

Tabell 4.1 EATs tolkningsramme

Reformrammen	
Problem	Dagens matsystem fungerer ikke godt nok
Årsak	Mat er en av de største driverne for helseutfordringer og den viktigste årsaken til klimagassutslipp og miljøødeleggelser
Moralsk vurdering	Vi bør lytte til den beste tilgjengelige forskningen og snu en ødeleggende praksis når vi vet hvordan
Løsning	Enkeltmennesker må spise mer planter og mindre kjøtt og aktører i matsystemet må gjøre sunn mat mer tilgjengelig

4.2 Miljøperspektiv: Norsk kjøtt er bærekraftig

Reformrammen handler om både helse og miljø. Jeg har identifisert to rammer bransjen bruker i møte med rapporten, én ramme for miljøaspektet og én ramme for helseaspektet. Først ut er bransjens miljøramme, som jeg har valgt å kalle *Bærekraftsrammen*. Opptellingen av rammene viser at dette er bransjens mest brukte ramme, og den er synlig i artiklene, dokumentene og i intervjuet med Norturas representant. I Bærekraftsrammen kan det virke

som om bransjen mener EAT-rapporten er et angrep på den norske kjøttproduksjonen, ettersom kjøttets negative innvirkning på planeten trekkes frem. Det opplever bransjen som urettferdig – for *norsk kjøttproduksjon er jo bærekraftig*, ifølge dem. Bransjen trekker frem flere ulike grunner til hvorfor, men viktigst er kanskje det at nordmenn må tilpasse seg de forholdene de lever under og forpakte naturen slik den er gitt dem – og i gresskledd Norge er kjøttproduksjon den mest bærekraftige utnyttelsen av naturen.

Problem og årsak

Noen dager i forkant av publiseringen av rapporten, uttaler MatPrats direktør Dag Henning Reksnes til E24 at «Å hausse opp rødt kjøtt som veldig negativt, ser vi ingen grunn til», før han legger til at det er «... mange som angriper norsk kjøttproduksjon ... det er viktig at forbrukerne får vite hvor viktig kjøtt er for norsk matproduksjon, og hvor lite viktig det er for de totale klimautslippene» (Wig, 2019). Trine Hasvang Vaag, bonde og styreleder i Nortura, er inne på samme sti i en kronikk i Nationen, hvor hun også kommer med et stikk til EAT.

Er det virkelig slik at maten vi spiser truer jordas framtid? Er kjøttet vi spiser mer forurensende enn oljen vi produserer, eller flyreisene som skal til for å arrangere EAT konferanser i Addis Abbeba, Mexico City, Kuala Lumpur og et tjuetalls andre byer i verden? (Vaag, 2019)

Disse ordene kan tyde på at begge mener bransjen angripes ufortjent og at det er urettferdig at det norske kjøttet svartmales. I intervjuet med Nortura hinter informanten til det samme: «Vi synes kanskje det noen ganger er litt urettferdig at vi blir fremstilt som klimaversting, mer enn oljen liksom» (personlig kommunikasjon, 10. september 2019). Jeg tolker det i retning av at denne rammes problem er at *kjøttbransjen anklages for å være klimaversting*. Likevel viser analysen at problemformuleringen ikke er på trykk ofte, hverken i nyhetsartiklene eller i bransjens dokumenter. Det kan heller virke som at bransjen bruker mer tid på å uttrykke *hvorfor* det er et problem, selve årsaken.

Den første årsakssammenhengen handler om Norges naturressurser, og ifølge analysen trekker bransjen frem denne årsaken oftest. Som menneske er man nødt til å tilpasse seg forholdene man lever under, og nordmenn har blitt tildelt langstrakte skoger og bratte fjellsider. I et slikt land kan ikke alskens dyrkes – men kyr og sauer kan beite. Å utnytte egne naturressurser, er bærekraftig i seg selv.

Forutsetningene for å dyrke grønnsaker i Norge er ikke så veldig gode, ifølge bransjen. Norge egner seg best til produksjon av animalske produkter, og ikke for eksempel ananas eller avokado. Reksnes uttaler blant annet til VG at «Norge er et av landene i verden som har minst dyrkbart areal: kun tre prosent. Av dette arealet er en tredjedel egnet til kornproduksjon. Med andre ord: vi har veldig begrensede ressurser, og husdyrproduksjon er derfor den mest bærekraftige måten å utnytte våre ressurser på» (Johannessen & Sandblad, 2019). Eskil Pedersen, assisterende kommunikasjonsdirektør i Nortura, presenterer det samme i Nationen: «Norge ligger så langt mot nord at to tredeler av våre arealer kun kan brukes til gressproduksjon, og fordi mennesker ikke kan spise gress, må disse områdene brukes til beitedyr som gir oss kjøtt» (Bækgaard, 2019c).

Det samme kommer frem i dokumentene. Animalia (2019b) skriver at Norge relativt sett har «lite landbruksjord», mens MatPrat legger til at det norske klimaet er uforutsigbart og gir en kort vekstsesong, og at det derfor «varierer fra år til år hvor mye plantemat vi faktisk klarer å produsere på dette arealet» (MatPrat, 2019a). I intervjuet påpeker også Norturas informant at han tror det er lurt å bruke naturressursene i Norge til å produsere mat, med de forutsetningene vi har. Samtidig sier han at kyr og landbruk landet over bidrar til å holde kulturlandskapet i hevd: «Det er en verdi jeg tror mange setter veldig pris på. Det gjør at landet vårt ser ut som det gjør og ikke gror igjen. Det er ikke sånn at man kunne byttet ut hele dette gressarealet med å dyrke» (personlig kommunikasjon, 10. desember 2019).

I møte med EAT-rapportens globale utgangspunkt er kanskje denne årsakssammenhengen spesielt viktig for bransjen, og det kan være en av grunnene til at den er mest tydelig i datamaterialet. Tor Arne Ruud, direktør i Animalia, påpeker hvordan EAT-rapporten ikke tar hensyn til Norges naturressurser: «Rapporten legger til grunn forutsetninger om endringer i planteproduksjonen globalt og nasjonalt som ikke er forenlige med det norske ressursgrunnlaget; det vil si tilgjengelig jord, topografi, klimatiske forhold og vann. Rapporten går ikke inn i dette gapet mellom rapportens konklusjoner og tilgjengelige ressurser» (Knipperud, 2019). Det samme understreker Pedersen, som blant annet sier det er «... vanskelig med «one size fits all»-løsninger som ikke tar hensyn til lokale forhold» (Johannessen & Sandblad, 2019). «One size fits all»-formuleringen går igjen flere steder, for eksempel i en artikkel i Nationen, der Pedersen hevder at EAT-rapporten «... ser på et gjennomsnitt på kloden uten at man ser på forutsetningene ulike land har for å produsere mat»

(Bækgaard, 2019c). I Aftenposten bemerker dessuten Reksnes at «Et slikt matsystem vil være vanskelig å realisere i store deler av verden» (NTB, 2019b).

Bransjen knytter også Norges dyrkbare områder og EAT-rapportens globale utgangspunkt sammen med matsikkerhet og import. I VG forklarer Pedersen de negative følgene en reduksjon i kjøttproduksjonen kan få: «Da kan vi ende opp med å måtte importere fra andre land, som kanskje trenger den maten selv» (Johannessen & Sandblad, 2019). Det samme kommer fram i MatPrat og Animalias kronikk, hvor Reksnes og Ruud med overskriften «Mener EAT at importert mat er mer bærekraftig?» svarer på et debattinnlegg fra EAT. Der understreker de blant annet at hvis hele Norges befolkning skulle gå over til EATs diett «... ville det betydd at mesteparten av maten vi spiser måtte importeres» (Reksnes & Ruud, 2019a). Det kan virke som om bransjen mener det kan bli vanskelig å dekke hele befolkningens behov uten å importere mat, hvis vi kutter ned på det vi best kan produsere. Alt i alt tolker jeg dette som at bransjen mener at det er Norges naturressurser som bestemmer hva som kan produseres – ikke en verdensrapport med én felles løsning. Informanten fra Nortura bekrefter at det var et viktig poeng for Nortura å få frem.

Vi var opptatt av å fram at EAT-rapporten har et globalt utgangspunkt på ting. Det er et globalt utgangspunkt for utslipp, altså per dyr, per frukt, per nøtt liksom. De foreslår en løsning basert på et globalt utgangspunkt, når det tross alt er veldig forskjell fra land til land, verdensdel til verdensdel, hva man spiser av kjøtt, hva man spiser av andre ting, hvilke naturressurser det landet har og hvilken mat det er lettest å produsere der. Det sier seg sjøl at det ikke gir veldig mening å dyrke bananer i Norge, for å ta et banalt eksempel Vi sier ikke at EAT tar feil i alt, absolutt ikke. Det er viktige poenger, hvordan vi kan brødfø befolkningen på en bærekraftig måte. Men det blir litt som å sammenligne epler og pærer. Det blir litt urettferdig at vi må svare for kjøttforbruket i USA eller utslipp fra kjøttproduksjon i Argentina, når det tross alt er så store forskjeller fra land til land. Det syns vi var et viktig perspektiv å få frem.
(Personlig kommunikasjon, 10. desember 2019)

Den andre årsakssammenhengen er tett knyttet til den forrige, og brukes også ofte, ifølge analysen. Bransjen forteller hvorfor akkurat de norske kuene er bærekraftige, og den norske storferasen Norsk Rødt fe, eller Kombikua, trekkes frem. Til VG forklarer Pedersen at 75% av kyr i Norge er kombinasjonsdyr, som både gir meieri- og kjøttproduksjon, og dermed er god utnyttelse av ressursene (Johannessen & Sandblad, 2019). Ellen Flø Skagen,

konserndirektør i Nortura, påpeker også hvordan det at kombikua produserer kjøtt og melk gjør den mer miljøvennlig, før hun legger til at den er «... langt friskere - og har dermed lavere klimaavtrykk, faktisk en tredel av snittet ellers i verden» (Sjuve & Gulbrandsen, 2019).

At Kombikua er en frisk ku, dukker også opp i bransjens dokumenter. På sosiale medier får den norske storferasen skryt av Nortura, ettersom «Verdens friskeste ku» er sunn på grunn av lav medisineringsgrad og har 63% mindre klimautslipp enn snittet globalt (Nortura SA, 2019a). MatPrat skriver også om bruk av antibiotika i norsk husdyrproduksjon: «Av all antibiotika som brukes i Norge går kun 10 % til behandling av dyr. De resterende 90 % blir brukt i behandling av mennesker. Sammenlignet med husdyrproduksjon i andre europeiske land har Norge det laveste forbruket av antibiotika» (MatPrat, 2019a). Nortura legger dessuten til at i verden forøvrig går 70 prosent i snitt til dyr (Nortura SA, 2019b). Norsk husdyrproduksjon kjennetegnes altså «ved effektivt avlsarbeid, svært god dyrehelse, høy fruktbarhet, høy tilvekst og god fôrutnyttelse», ifølge Animalia (2019b). Og setter man den unike dyrehelsen, den lave antibiotikabruken og høye utnyttelsen sammen, hevder Nortura at norsk storfe kun har «... rundt halve klimaavtrykket på produsert kilo protein, sammenlignet med gjennomsnittet for resten av verden» (Nortura SA, 2019c). Det gjør at Nortura oppsummerer slik: «Norsk husdyrproduksjon setter gullstandard i verden!» (Nortura SA, 2019c, s. 8).

Med den siste årsakssammenhengen vender bransjen blikket utover igjen, og sammenligner seg selv med andre. Denne årsakssammenhengen nevnes noe, uten at det er den mest brukte. Den kommer blant annet ikke særlig frem i bransjens dokumenter, og heller ikke under intervjuet med Nortura. Denne forklaringen handler om faktiske klimautslipp og andre sektorer, som olje- og luftfartsindustrien. «Landbruket i Norge står for åtte prosent av klimautslippene. Ikke 20 prosent, 30 prosent eller 50 prosent. 92 prosent av utslippene kommer fra andre sektorer», poengterer Vaag (2019). I en kronikk i VG peker Reksnes og Ruud på hvordan utslippene til jordbruket er lavere enn før: «Fra 1990 til nå er utslippene fra jordbruket 4,2 prosent lavere, selv med økt produksjon, og utgjør i dag 8,5 prosent av Norges samlede utslipp» (Reksnes & Ruud, 2019b). Videre maler de det samme bildet som Vaag, hvor et kritisk blikk rettes mot andre sektorer.

Men det må være legitimt å påpeke at industri, olje- og gassutvinning står for mer enn 50 prosent av Norges utslipp; transport innenlands 30 prosent, jordbruket 8,5 prosent. Tar vi med utslipp fra utenlandsflyreiser blir det interessant. Utslipp Oslo-New York

(t/r) per passasjer er 1760kg CO₂, tilsvarende 103kg norsk storfekjøtt: altså 5,5 års forbruk for én person. (Reksnes & Ruud, 2019b)

I Nationen tegner også Pedersen et bilde av landbrukets utslipp: «Norsk landbruk har vist vei, sammenlignet med andre næringer, og norsk kjøtt har betydelig lavere klimaavtrykk enn i mange land» (Bækgaard, 2019c). Andre lands utslipp trekkes også frem i en artikkel på MatPrat sitt nettsted, der det står at «Norske husdyr er klimasmarte, og medfører et generelt lavere klimagassutslipp sammenlignet med mange andre land. På verdensbasis står husdyrproduksjon for 14,5% av de menneskeskapte klimagassutslippene, ifølge FAO, FNs mat- og landbruksorganisasjon» (MatPrat, 2019a). Å påpeke at andre land og sektorer er verre, kan være tegn på at bransjen implisitt betegner seg selv som bærekraftig.

Min analyse viser at bransjen presenterer alle årsakssammenhengene, ofte samtidig. Selv om det er tydelig at den første har mest relevans i akkurat denne sammenhengen, kan det virke som om alle poengene er viktige for bransjen å få frem, samtidig som poengene er knyttet til hverandre. Jeg velger derfor å tolke det slik at forklaringene er grener som kommer fra én hovedstamme eller hovedårsak: *Norsk kjøttproduksjon er bærekraftig*. I Aftenposten uttaler Reksnes det kort og godt: «I Norge har vi et bærekraftig landbruk og en bærekraftig kjøttproduksjon» (NTB, 2019b). Setter man de ulike elementene sammen, taler det for en slik tolkning. Tabell 4.2 gir en oversikt.

Tabell 4.2 Bærekraftsrammens hovedårsak

Norsk kjøtt er bærekraftig ...		
<i>Fordi kjøttproduksjon er den beste utnyttelsen av det norske naturgrunnlaget</i>	<i>Fordi Norge har de beste dyra</i>	<i>Sammenlignet med andre sektorer og land</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Kun 2% kan brukes til dyrking • Store deler kan brukes til beite 	<ul style="list-style-type: none"> • Kombinasjonskua • Lav bruk av antibiotika • God dyrevelferd 	<ul style="list-style-type: none"> • Olje og gass • Landbruket i Norge står for 8,5% av utslippene

Moralsk vurdering

Det er få utsagn som kan knyttes direkte til rammens moralske vurdering, ifølge analysen. Leter en mellom linjene kan det imidlertid virke som om honnørordet *bærekraft* er viktig. Gjennom rammens årsak gir bransjen uttrykk for at de opptrer bærekraftig og at de tar klimaspørsmål på alvor. Samtidig peker de på hvilke utfordringer Norges naturgrunnlag

bringer, men at det også gir store muligheter til bærekraftig kjøttproduksjon. I Norturas dokumenter står blant annet dette.

Å tro at alle i verden skal spise nøyaktig den samme maten blir feil. Hvert land må ta utgangspunkt i deres forutsetning for å produsere mat. For Norge som nesten bare har gress, blir det liten matproduksjon hvis vi ikke kan bruke gresset til beite for dyra våre. (Nortura SA, 2019b)

Bærekraft er nemlig også hektet på naturforpaktermetaforen. Som mennesker er vi tildelt land og jord, og vi må forvalte naturen på best mulig måte, slik at vi også kan overlevere den i god stand til neste generasjon. «Vi er forpaktere av bærekraftig dyrehold og landskap», slik Vaag (2019) understreker. Til ABC Nyheter påpeker Pedersen at «Alle land må produsere mat til en økende befolkning ut ifra sine naturgitte forutsetninger» (Knipperud, 2019). Det handler også om hva som er best for miljøet, ettersom en «bærekraftig produksjon forutsetter utnyttelse av lokale ressurser», slik Reksnes sier (Johannessen & Sandblad, 2019). I VG påpeker Reksnes at vi må bruke husdyr for å omdanne gress til menneskemat hvis vi skal produsere nok mat i Norge basert på egne ressurser, fordi «Det er den mest bærekraftige måten å utnytte våre naturressurser, og dermed i tråd med FNs ambisjoner om bærekraftig nasjonal matproduksjon» (Reksnes & Ruud, 2019b).

Bransjen trekker altså FN inn i argumentasjonen. FNs Bærekraftsmål er godt innarbeidet og anerkjent, og det anses som viktig og riktig at hvert land gjør det de kan for å nå målene. Reksnes utdyper ytterligere: «FN har bedt alle land sørge for størst mulig matproduksjon for lokale ressurser. Hvis vi skal ha det i Norge må vi bruke husdyr som ku og sau, for å omsette gress til menneskemat» (Johannessen & Sandblad, 2019). Å ikke følge FNs råd er problematisk, noe Reksnes og Ruud bemerker: «Når EAT-rapporten ikke vektlegger bærekraftig nasjonal ressursutnyttelse, er den i realiteten i strid med FNs overordnede råd om at alle land må ta ansvar for egen matsikkerhet og at alle ressurser må utnyttes for matproduksjon» (Reksnes & Ruud, 2019b).

Jeg tolker det slik at den moralske vurderingen er implisitt i disse formuleringene. I dagens samfunn er det moralsk riktig å handle så bærekraftig som mulig. At hvert land produserer det de har best grunnlag for, slik FN anbefaler, er bærekraftig utnyttelse. I Norge utnyttes naturressursene best ved å produsere kjøtt. Dermed handler kjøttbransjen *så bærekraftig som de kan*.

En bærekraftig aktør handler i tillegg etter samfunnets normer – og fortjener ikke fordømmelse. Å vise at de tar bærekraft på alvor, kan være et tegn på at bransjen ønsker å få et moralsk overtak. Det kan virke som om bransjen søker *moralsk legitimitet* med Bærekraftsrammen; de viser at de opererer i tråd med det samfunnet mener er gode verdier (Suchman, 1995). For det er ingen tvil om at en bærekraftig produksjon og et bærekraftig tankesett er viktige verdier i dagens samfunn. Og slik teorikapittelet viser, kan rammer som klarer å hekte seg på samfunnets kultur og verdier, ha større sjanse for å lykkes (Dan & Ihlen, 2011; Gamson & Modigliani, 1989; Van Gorp, 2010).

For at publikum skal oppleve en organisasjon som legitim, må historiene og mytene organisasjonen forteller om seg selv dessuten være troverdige og overbevisende (Wæraas, 2007, s. 282). Med Bærekraftsrammen legger bransjen fakta på bordet. De forteller i detalj hvorfor norsk kjøttproduksjon er bærekraftig, og de har både tall og kyr å vise til. Ved å vise til substantive management, faktiske tall på at bransjen henger med i timen, ønsker bransjen å fremstå som mer legitim (Ashforth & Gibbs, 1990).

Likevel kan Bærekraftsrammen virke benektende i form. I likhet med noen av aktørene i Elsbachs (1994) studie, kan det se ut til at bransjen avviser klimaversting-anklagene. *Hos oss er ting på stell*, sier de. Selv om denne benektelsen ikke nødvendigvis er synlig, kan den ligge i kortene. Benektelser viste seg å være et mindre effektivt grep for å fremstå som legitim (Elsbach, 1994). På den andre siden kommer det frem flere steder at bransjen skal fortsette å jobbe for en enda mer bærekraftig produksjon, noe som peker i en mer anerkjennende retning. I Dagbladet sier blant annet Flø Skagen at «Klimautslippet fra kua skal ned - og vi skal utnytte hele dyret. Nortura har klare mål om klimanøytrale fabrikker, redusert matsvinn, klimavennlig emballasje, og å redusere utslipp fra blant annet transport» (Sjuve & Gulbrandsen, 2019). I intervjuet forteller dessuten Norturas informant hvordan de anerkjennende poengene ikke alltid kom på trykk.

Vi er helt enige i at det er mange utfordringer, også med det vi driver med. Men når du blir oppringt av VG og får ett sitat ... Så sier du kanskje begge de to tingene [argumentene], men så er det den ene tingen som velges, at «i Norge er det lavere klimautslipp og hvis vi skal slutte med produksjon av kjøtt, er det ikke så mye annet vi kan produsere på det gresset». Og hvis det er det sitatet som velges, da kan jo folk lese hva de vil, men da har de jo ikke hørt at vi anerkjenner klimautfordringen og helseutfordringen, og at vi er opptatt av å jobbe med det. Og da blir jo vi av en del sett

på som fornektende eller tonedøve. Så det er alltid utfordrende å få frem helheten, at vi ser saken fra flere sider. Nå husker ikke jeg alle sakene som ble skrevet, men det var nok helt sikkert saker hvor vi ble tolket som at vi bare kjører på med å produsere mer kjøtt og at alle bør spise mer kjøtt, og så kjenner ikke vi oss helt igjen i det. Men det er liksom det som blir stående. Det er klart at der har jo mediene definitivt mye makt. Og sånn er det jo – det gjelder ikke bare dette, det gjelder det aller meste. (Personlig kommunikasjon, 10. desember 2019)

Dette taler for at bransjen anerkjenner utfordringene, men at det ikke nødvendigvis alltid kom like godt frem. Noe av bransjens kommunikasjon blir dermed først og fremst stående som benektende i form. Innholdet er imidlertid av institusjonell karakter, som kan vise at de tar samfunnets normer på alvor (Elsbach, 1994, s. 67-70).

Løsning

Det er relativt tydelig hva bransjen selv vil at nordmenn skal gjøre. For når vi vet det vi vet om den norske kjøttproduksjonen og kua, må den riktige løsningen være å *spise norsk kjøtt*. I Nationen uttrykker for eksempel Flø Skagen at det er «... klimasmart å velge norsk de dagene man skal spise kjøtt» (Bækgaard, 2019e). Det samme understreker Pedersen i VG: «Hvis man tenker på helse og klima, og velger å spise kjøtt, så er det veldig lurt spise norsk kjøtt» (Johannessen & Sandblad, 2019). Likevel henger ikke en slik løsning sammen med rammens problemformulering. Det er dermed grunn til å tro at rammens løsning først og fremst presenteres implisitt. Og leser en mellom linjene, kan det virke som om bransjen prøver å si at de ikke fortjener kritikk. De blir anklaget for å være miljøverstering, men viser at de ikke er det – og løsningen blir dermed at de mange kritikerne bør slutte å mase. *Her er alt bra, slutt å angrip oss*. I datamaterialet er det imidlertid ingen åpenbare tegn på at bransjen selv formidler en slik løsning, og det kan hende andre vil tolke det annerledes.

Oppsummert ser Bærekraftsrammen slik ut: Problemet, slik kjøttbransjen ser det, er at det er feil å stemple norsk kjøttproduksjon som klimaverstering. Grunnen til at det er feil, årsakssammenhengen, er at norsk kjøttproduksjon allerede er bærekraftig. Bransjen handler uansett så bærekraftig de kan, i tråd med samfunnets normer. De fortjener dermed ikke å angripes. For bransjen er løsningen enkel: ikke angrip oss! Rammen er illustrert i tabell 4.3.

Tabell 4.3 Kjøttbransjens tolkningsramme

Bærekraftsrammen	
Problem	Det er feil å stemple norsk kjøttproduksjon som klimaversting
Årsak	Norsk kjøttproduksjon er bærekraftig
Moralsk vurdering	Alle må handle så bærekraftig som de kan og utnytte de ressursene de har
Løsning	Ikke angrip oss

4.3 Helseperspektiv: Kjøttforbruk innenfor normalen

Med Reformrammen peker EAT på hvordan kosthold, inkludert et høyt kjøttforbruk, kan skape helseutfordringer. Jeg har identifisert én fremtredende ramme knyttet til helse fra kjøttbransjen i mitt datamateriale, som ser ut til å svare på helsedelen av EATs ramme. Jeg har valgt å kalle rammen *Ekspertrammen*. Denne rammen opptrer som regel sammen med Bærekraftsrammen, men analysen viser at den ikke er like ofte brukt. Ekspertrammen handler om de norske kostrådene og hvordan nordmenn ikke ligger særlig langt over den anbefalte grensen myndighetene har satt for rødt kjøtt. Denne rammen tar for seg *kjøttkonsum*, og ikke *kjøttproduksjon*, slik den andre gjør.

På forhånd hadde jeg en antagelse om at kjøttbransjen ville fremme en ramme om helse og kosthold som handlet om hvordan et kosthold uten kjøtt kan føre til mangelsykdommer, ettersom kjøttet inneholder viktige næringsstoffer som jern og vitaminer. At vegetarianere har et mangelfullt kosthold kan dessuten virke som en vanlig oppfattelse. En slik ramme var imidlertid lite synlig. En av grunnene kan kanskje være at argumentet ikke lenger holder mål, ettersom flere lever fint uten kjøtt, så lenge en har nok kunnskap om næringsstoffer. Rammen om de norske kostrådene var derimot mer fremtredende. Det er Helsedirektoratet, et fag- og myndighetsorgan underlagt Helse- og omsorgsdepartementet, som har ansvar for de norske kostrådene. De konkluderer med at et sunt og variert kosthold innebærer «... mye grønnsaker, frukt og bær, grove kornprodukter og fisk, og begrensede mengder bearbeidet kjøtt, rødt kjøtt, salt og sukker» (Helsedirektoratet, 2016). Rådene skal bidra til å forebygge kroniske sykdommer relatert til kosthold og fremme folkehelsen.

Problem og årsak

Rammens problemdefinisjon er ikke veldig åpenbar. Kostrådene står sentralt, men det er ingen klar formulering av selve problemet i artiklene. I bransjens dokumenter er det kanskje noe tydeligere. I Norturas årsmelding står det blant annet at «Noen tror at vi spiser mye mer rødt kjøtt enn det kostrådene anbefaler. Det er en myte» (Nortura SA, 2019c). Og på sitt eget nettsted hevder Nortura at «Det blir ... helt feil å fremstille det som om kjøttforbruket ligger skyhøyt over det vi har godt av. Det stemmer ikke» (Nortura SA, 2019b). Jeg tolker det slik at problemet er at *nordmenn blir anklaget for å spise for mye kjøtt*.

Selv om problemet ikke defineres spesifikt, kan det gi mer mening sett sammen med rammens årsakssammenheng. Datamaterialet viser at bransjen legger vekt på å fortelle hvordan kjøttforbruket i Norge ikke er eksepsjonelt høyt. Denne delen av forklaringen er ikke like tydelig i artiklene, men kommer frem i aktørenes dokumenter. I en artikkel på MatPrat står det blant annet at

Gjennomsnittlig årlig kjøttforbruk i Norge er 53,3 kilo. Det vil si i underkant av 150 gram kjøtt, både rødt og hvitt (rå vare), per dag I vestlig sammenheng er det norske kjøttforbruket moderat, og det ligger på et lavere nivå enn i våre naboland. (MatPrat, 2019a)

I årsmeldingen peker Nortura på det samme, og sier at vi faktisk spiser «veldig tett på anbefalingene». Anbefalingene de refererer til er kostrådene fra norske helsemyndigheter. Videre skriver de at

Kostrådene sier inntil 500 gram tilberedt vare. Det tilsvarer 700-750 gram rå vare. Dermed ligger det faktisk forbruket av rødt kjøtt kun mellom 20 og 70 gram over maksanbefalingene fra helsemyndighetene. Det er viktig å være enige om hva det faktiske forbruket er, slik at ikke myter blir til sannhet. (Nortura SA, 2019c)

Kostrådene dukker også opp flere steder. Til Nationen forteller Pedersen at de forholder seg til myndighetenes kostholdsrad, der man anbefaler inntil 500 gram rødt kjøtt i uka, og at han «... tenker at folk skal få spise hva de vil, og kjøtt er en naturlig del av et variert kosthold for de fleste» (Bækgaard, 2019c). Det samme presiserer Reksnes i VG: «Vi forholder oss til det som er offentlige kostholdsrad i Norge, og de sier at man trygt kan spise 500 gram rødt kjøtt i løpet av en uke. Det finnes mange studier som konkluderer med at rødt kjøtt i moderate

mengder kan være del av et sunt og helsefremmende kosthold» (Johannessen & Sandblad, 2019). I en artikkel på MatPrat trekkes de 500 grammene frem som «... en mengde rødt kjøtt som balanserer fordeler og ulemper ved inntak, samt gir rom for å sette sammen et variert og balansert kosthold» (MatPrat, 2019a).

I intervjuet understreker også Nortura at det er de norske kostrådene bransjen følger. «Vi har ikke kostholdsanbefalinger på hvitt kjøtt, men vi har det på rødt kjøtt. Og da sier myndighetene – deres anbefalinger – at vi kan spise inntil 500 gram rødt kjøtt i uka. Det er det utgangspunktet vi forholder oss til» (personlig kommunikasjon, 10. desember 2019). Han forteller også at nordmenn likevel «er litt over», og at menn i gjennomsnitt spiser litt mer og at kvinner i gjennomsnitt spiser litt mindre enn anbefalt (personlig kommunikasjon, 10. desember 2019). Å forholde seg til kostrådene virker altså viktig for bransjen å få frem.

Det kan også peke i retning av at å forholde seg til noe annet – som for eksempel EAT-rapportens anbefalinger – blir feil. For den forskningen de norske rådene er basert på, er anerkjent og til å stole på. «Norge har, i likhet med mange land og internasjonalt anerkjente organisasjoner, oppdaterte kostråd for god helse, som er baserte på gjennomgang og oppsummeringer av store mengder forskning», utdyper Reksnes og Ruud (2019b) i sin kronikk i VG. De legger også til at kostrådene verden over stort sett er svært like, også når det gjelder kjøtt. De undres dermed over hvordan EAT-rapporten, som er satt fra et helseperspektiv, kommer til helt andre anbefalinger enn myndigheter og fagmiljøer verden over gjør for animalsk mat (Reksnes & Ruud, 2019b).

Artiklene, dokumentene og intervjuet med Norturas informant indikerer at grunnen til at det er et problem at nordmenn anklages for å spise for mye kjøtt, er at vi stort sett *spiser innenfor normalen*, og normalen er basert på anerkjent forskning de norske helsemyndighetene går god for. EAT-rapportens anbefalinger, derimot, undergraver rådene fra myndighetene.

Moralsk vurdering

Denne rammens moralske vurdering presenteres kun implisitt, og datamaterialet viser ingen klar formulering. Likevel kan en tenke seg til at bransjens moralske dom handler om at *det er viktig å lytte til ekspertene*. Ekspertene, i dette tilfellet, er myndighetene. I velferdsstaten Norge må vi ta utgangspunkt i at staten vil oss vel. «Om man følger de norske kostrådene, så er kjøtt sunt og tilfører mange av de næringsstoffene man trenger», utdyper MatPrat-direktør Reksnes (Johannessen & Sandblad, 2019). Det kan tolkes som at om vi gjør som

myndighetene sier, er vi trygge. Det er først når man ikke hører på anbefalingene at problemer kan oppstå. «Det er ikke kostholdsradene som er grunnen til kostholdsrelaterte sykdommer, men snarere at rådene ikke følges» (Reksnes & Ruud, 2019a). Informanten i Nortura peker også på hvordan myndighetenes grense er viktig å forholde seg til, og at bransjen ikke har interesse av at folk skal overskride den.

Vi mener at rødt kjøtt er en naturlig og viktig del av kostholdet. Men vi har ikke lyst til å være «kjøtt-pushere» eller at folk skal spise mer enn det som er godt for dem. Derfor forholder vi oss til den anbefalingen som tross alt er i dag. (Personlig kommunikasjon, 10. desember 2019)

Likevel fremstår Eksperttrammen på mange måter som benektende i form, med utgangspunkt i Elsbachs (1994) studie. Datamaterialet viser få tegn på at bransjen anerkjenner at nordmenn spiser for mye kjøtt, slik Reformrammen indikerer. Selv om informanten i Nortura bekrefter at norske menn i gjennomsnitt spiser litt for mye, kommer ikke det særlig frem i de analyserte nyhetsartiklene. Det kan dermed virke som om bransjen fraskriver seg ansvaret. I stedet peker de på at nordmenn følger rådene myndighetene – og samfunnet således – har satt. Innholdet kan dermed også være av institusjonell karakter (Elsbach, 1994). Bransjen viser at de opererer i tråd med samfunnets normer, i dette tilfellet helsemyndighetens anbefalinger, som for mange blir sett på som førende for folkehelsen og kostholdet i landet. Ifølge tall fra SSB er nordmenn i toppsjiktet i Europa når det kommer til tillit til politiske institusjoner (Kleven, 2016), og å stole på myndighetene kan dermed ses på som en norm i det norske samfunnet.

Løsning

Reksnes og Ruud (2019b) presenterer det som kan virke som rammens løsning i sin kronikk i VG: «Inntil videre forholder vi oss til norske kostråd for god helse: Ha et variert kosthold, hovedsakelig plantebasert, men hvor også kjøtt (inntil 500 g/uke for tilberedt rødt kjøtt) og andre animalske matvarer har en plass». Dette kan tyde på at løsningen er å fortsette som før, ettersom kjøttinntaket er innenfor anbefalingene gitt av helsemyndighetene. Det beste vi kan gjøre er å ha et variert og sunt kosthold – med kjøtt. Med «inntil videre» legger bransjen likevel opp til at rådene kan endres. Det bekrefter Norturas informant: «hvis de [rådene] forandrer seg, får vi ta debatten om det» (personlig kommunikasjon, 10. desember 2019).

Oppsummert ser Eksperttrammen slik ut: Problemet er at nordmenn anklages for å spise for mye kjøtt. Det er feil, ifølge bransjen – vi spiser innenfor normalen gitt av de norske

helsemyndighetene. Den moralske bedømmelsen handler om at vi må lytte til ekspertenes og myndighetenes råd. Løsningen bransjen presenterer, innebærer å fortsette å følge de anbefalte rådene, og å ha et variert og sunt kosthold – med kjøtt. Rammen er illustrert i tabell 4.4.

Tabell 4.4 Kjøttbransjens tolkningsramme

Ekspertammen	
Problem	Nordmenn anklages for å spise for mye kjøtt
Årsak	Vi spiser ikke for mye kjøtt, men en mengde som ligger svært nær rådene helsemyndighetene anbefaler
Moralsk vurdering	Vi må lytte til myndighetenes anbefalinger
Løsning	Inntil videre kan vi fortsette å spise slik kostrådene anbefaler - ha et sunt, balansert og variert kosthold

4.4 Debattens dynamikk

Det kan være nyttig å si litt mer om noe av debattens dynamikk. For det første ser det ut til at kjøttbransjen og EAT er relativt enige om det norske kjøttet. Med Bærekraftsramme føler bransjen seg angrepet og urettferdig behandlet. I datamaterialet er det imidlertid lite som tyder på at EAT er svært negativ til den norske kjøttproduksjonen eller at den spesifikt henges ut som versting. Samme dag som rapporten lanseres, er en av Nationens overskrifter denne: «Mener EAT-rapporten ikke vil sørge for nedleggelse av norsk landbruk» (Bækgaard, 2019b). I artikkelen uttaler Johan Rockström, en av hovedforfatterne bak rapporten, seg om Norges rolle i dag og muligens i fremtiden.

Hvis man bruker en slik diett som ramme og mål for landbruksutviklingen, kommer det til å gå sakte, men sikkert mot at for eksempel Norge, som har godt utgangspunkt for kjøttproduksjon, dekker det nasjonale behovet for kjøtt, samtidig som de eksporterer. (Bækgaard, 2019b)

Videre forteller Rockström om den ideelle kjøttproduksjonen, «en produksjon som ligner på den man har i Norge». Han trekker frem Kombikua og beitemulighetene, før han konkluderer: «Dette vil ikke føre til at man legger ned kjøttproduksjonen på noen måte som helst. Tvert imot. Jeg tror dette gir en støtte til et blandingsjordbruk som kombinerer vekstproduksjon,

meieriproduksjon og kjøttproduksjon» (Bækgaard, 2019b). I en kronikk i VG, underskrevet av Sletsjøe, får også de norske kjøttprodusentene anerkjennelse: «Norske bønder gjør en utmerket jobb på et begrenset areal lite egnet for korn og grønt. Miljøinnsatsen til norske kjøttprodusenter skal nok også applauderes. Vi anerkjenner det, akkurat som vi anerkjenner at norsk kosthold har norsk opphav» (Sletsjøe, 2019). I Nationen understreker dessuten EATs forskningsleder, Fabrice DeClerck, at ingen deler av industrien trekkes frem som syndere, men at rapporten heller sier hva som må forandres på (Bækgaard, 2019f). Det er dermed lite som tyder på at EAT henger ut den norske produksjonen som lite bærekraftig.

Dessuten virker det ikke som om EAT mener at alle land skal produsere akkurat det samme, noe bransjens ramme også kan gi inntrykk av. Flere steder i datamaterialet kommer det frem at den foreståtte dietten har et globalt utgangspunkt, og dermed må tilpasses hvert enkelt land. Studien tar heller ikke for seg Norge eller andre land spesifikt. I flere av nyhetsartiklene står det blant annet at «målene må tilpasses lokalt» (se for eksempel Hotvedt, 2019). Det samme understreker Rockström til Nationen: «Det vil finnes en enorm diversitet som vil passe for hele verden. Og det er ingen tvil om at hvert land ikke kan lage hver eneste komponent i denne dietten. Hvert land har sine forutsetninger» (Bækgaard, 2019b). Det samme kommer frem i EATs dokumenter og i intervjuet med Sletsjøe. I rapportens oppsummering står det blant annet at: «Local interpretation and adaptation of the universally-applicable planetary health diet is necessary and should reflect the culture, geography and demography of the population and individuals» (EAT Foundation, 2019f, s. 10). Reformrammen retter seg dermed mot verden generelt, og at EAT-dietten har et globalt utgangspunkt og må tilpasses hvert enkelt land, kommer relativt tydelig frem i EATs kommunikasjon. Likevel kommuniserer bransjen at EAT-rapporten ikke tar hensyn til lokale variasjoner.

Det kan altså virke som om EAT er enig i at den norske kjøttbransjen er av det bærekraftige slaget, og at EAT-rapportens konklusjoner ikke er synonymt med at kjøttbransjen i Norge må takke for seg. I intervjuet påpeker likevel Sletsjøe at det har med det globale å gjøre og at vi spiser for mye kjøtt. Vi må tenke nytt, også i Norge.

Ja, vi skal kanskje ha noe kjøttproduksjon i fremtiden, kanskje skal noe være i Norge. Men vi må slutte å importere kjøtt, vi må slutte med overproduksjon av kjøtt og vi må kanskje se på om det stemmer helt det at kun 2% av Norge kan brukes til dyrket mark. Det er ikke sikkert, det. Det tallet er bare noe som har festet seg. Jeg har hørt historier om folk i Gudbrandsdalen, med bratte skråninger hvor man ikke skulle tro det var

mulig å dyrke, som dyrker grønnsaker. Jeg tviler på at det er regnet med i de to prosentene. Når man står overfor en omstilling, må man jo være villig til å omstille seg, og da må man jo se på hva det er av muligheter man har til å dyrke. Da må politikere hjelpe til. Landbrukspolitikken i Norge er et ukonstruktivt lappeteppe som kan utformes på en bedre måte for bønder, forbrukere og miljøet. Politikken bør i større grad styres mot omstilling og vekk fra å insentivere overproduksjon av kjøtt, som blant annet NRK har dokumentert er tilfelle. Istedenfor å kritisere vitenskapen, er det mer konstruktivt å kritisere landbrukspolitikken, som er noe vi faktisk kan gjøre noe med. (Personlig kommunikasjon, 10. september 2019)

At EAT frikjenner den norske kjøttproduksjonen helt, ser dermed ikke ut til å være tilfellet. Til Nettavisen sier Stordalen at alle sektorer, inkludert landbruket, må kutte utslipp, også i Norge: «Selv om Norge har mye bærekraftig produksjon, så er det ingenting som er hundre prosent bærekraftig» (Westeng, 2019). At en bransje betegner seg som bærekraftig, er dessuten et refreng Sletsjøe har hørt før.

Det er det samme som norsk olje og gass sier også. «Norsk olje er mer bærekraftig enn annen olje». Det virker som et refreng norske produsenter som får kritikk for ett eller annet kommer unna med. Kjøttproduksjon er skadelig for klima. Så er det noen steder som er bedre egnet til det enn andre steder. Problemet er ikke den ene kua, problemet er den enorme mengden kuer vi har i verden og utslippene som kommer fra dem. Selv om de [kjøttbransjen] kanskje isolert sett ikke har *feil*, så har de ikke rett heller. (Personlig kommunikasjon, 10. september 2019)

Videre kan dynamikken i debattens helsedel trekkes frem. Denne delen fikk mindre oppmerksomhet, spesielt hvordan kjøttet kan påvirke helsen. Kosthold, derimot, fikk mye fokus. EAT-dietten er ikke en vegansk eller vegetarisk diett, men en «fleksitarianerdiett», ifølge Rockström (Johannessen et al., 2019). Som oppgaven vil gå inn på senere, vinklet mediene flere saker over på kjøttet og det «ekstreme» ved EAT-dietten. Selv om EAT-dietten ikke ekskluderer alt av animalske produkter, opplevde Sletsjøe at mange så på dietten som ren vegetarisk. At den ikke er det, var en vinkling som ikke var like lett å få frem: «Vi ble satt i en bås som at «vi vil at alle skal bli veganere». Overhodet ikke» (personlig kommunikasjon, 10. september 2019).

Dietten ble av noen medier altså fremstilt som «sjokkerende». Willett var tidlig ute med å si at det er snudd på hodet: «Det er ikke EAT-kostholdet som er ekstremt. Det er det vestlige kostholdet som er ekstremt, med veldig høyt kjøttforbruk og tilsvarende lite grønnsaker» (Dalseg & Sjuve, 2019). Vi skal kun tilbake til normalen, en diett som stort sett er lik den vi spiste på 60- og 70-tallet, som ligner den applauderte Middelhavsdietten, ifølge Rockström (Johannessen et al., 2019). I intervjuet påpeker Sletsjøe at dietten er gjennomførbar, selv om han også har forståelse for at det ikke er lett å legge om. Han påpeker imidlertid at vi har lagt om dietten vår på én generasjon: «Vi spiser jo dobbelt eller tre ganger så mye kjøtt nå som vi gjorde for én generasjon siden, og tilsvarende sushi og taco. Det var det ingen som spiste for en generasjon siden, og nå er jo det en del av den norske folkesjela» (personlig kommunikasjon, 10. september 2019). I tillegg er det heller ikke slik at EAT mener alle må redusere kjøttforbruket. Rockström forteller at «... for enkelte deler av verden muliggjør den et økt inntak av kjøtt og melk, mens vi i vår del av verden må minske dette» (Johannessen et al., 2019). Nord-Amerika spiser for eksempel nesten 6,4 ganger mer enn den anbefalte mengden kjøtt, mens land i andre regioner, for eksempel Sør-Asia, kun spiser halvparten av anbefalingenes mengde (se for eksempel Hotvedt, 2019). Medienes vinkling vil bli diskutert senere, men det ser altså ut til at EAT opplevde kritikk for selve dietten, en viktig del av rapporten og rammens løsning. Uansett kan det være nyttig å ta med begge disse perspektivene videre inn i diskusjonen.

5 Medienes dekning og rammer

Frem til nå har oppgaven sett på aktørens rammer. Neste del vil se nærmere på mediernes rolle, slik den andre problemstillingen peker på. Først vil jeg legge frem funnene fra analysen av mediernes dekning, deretter vil jeg presentere de identifiserte medierammene.

5.1 Mediedekningen av EAT-Lancet-rapporten

5.1.1 Antall artikler

Den kvantitative analysen gir en pekepinn på hvordan mediene dekket debatten. De inkluderte avisene i studien publiserte totalt 110 saker der EAT-rapporten nevnes i perioden 01.01.2019-28.02.2019. Tabell 5.1 viser fordelingen mellom de ulike avisene. Det er tydelig at rapporten fikk tastaturet til å ryke hos Nationen. Landbruksavisen sto for 48% av oppslagene i den valgte perioden, ifølge analysen. Antagelsen om at avisen ville være ekstra «på» i dekningen av saken, kan dermed se ut til å stemme. Analysen viser at de andre mediene i gjennomsnitt skrev rundt seks artikler om temaet. Nationen ligger dermed langt over de andre avisene i antall publiserte saker, noe som kan henge sammen med fokuset avisen har på landbruk.

Tabell 5.1 Artikler som nevner EAT-rapporten i perioden 01.01.2019-28.02.2019

Avis	Antall artikler
Aftenposten	8
NRK	10
VG	8
Dagbladet	12
Nationen	53
Nettavisen	4
Dagens Næringsliv	2
E24	3
ABC Nyheter	9
TV2	1
Totalt	110

5.1.2 Uttalelser

Tabell 5.2 viser antall ganger ulike aktører uttalte seg i den analyserte perioden. EAT og eksperter ble brukt som kilde flest ganger, med 33 hver. Nortura har til sammen seks uttalelser. Slås de ulike aktørene i kjøttbransjen sammen, viser analysen at de uttaler seg 18 ganger totalt, fortsatt langt færre en EAT.

Tabell 5.2 Aktørers uttalelser

Aktør	Antall uttalelser
EAT	33
Nortura	6
Politiker	12
Ekspert/forsker/analytiker	33
Redaksjon/journalist	13
Norges Bondelag	3
Andre bondelag og organisasjoner	7
Miljøorganisasjon	5
Virksomhet/produsent	17
Dagligvarebransjen	1
Myndighet/offentlig forvaltning	2
MatPrat	7
Animalia	5
Dyrevernorganisasjon	1
Privatperson	6
Andre interesseorganisasjoner kjøtt	1
Ingen	8
Totalt	160

EAT får altså flest uttalelser på trykk. Det kan virke som om flere av sakene stammer fra en pressemelding fra EAT, ettersom noen av nyhetsartiklene i datamaterialet er relativt like.

Uansett vitner analysen om at EAT når bredt ut og er synlig i flere medier. Det kan det være flere grunner til. For det første forteller Sletsjøe hvordan EAT jobbet med rapporten og den tilhørende kommunikasjonsstrategien i flere år, og at koordineringen var en sentral del av

organisasjonens arbeid. En del av strategien var å bygge opp interesse lang tid i forveien, for å holde både mediene og interessenter nysgjerrige.

EAT arrangerte seks lanseringseventer. Partnere og akademiske organisasjoner lanserte mer enn førti i tillegg, rundt omkring i verden, for å få i gang debatt, få medieoppmerksomhet og for å få aktørene inn til diskusjon. Vi ser jo at debatt hjelper for å få oppmerksomhet rundt spørsmålene vi tar opp, så vi prøvde å legge opp til at så mange som mulig av de forskjellige aktørene var involvert i lanseringseventene. Så jobbet vi lenge med noen beslutningstagere innenfor politikk og noen store selskaper rundt omkring i verden. De fikk ikke vite innholdet i rapporten, men vi forberedte dem på hva som kom til å komme, og at det ville kreve en drastisk omvending av hva de holdt på med nå. Siden vi gjorde dette arbeidet i forkant, bygde det seg opp en interesse. Vi brukte mye tid på å rett og slett skape den [interessen], om at det kommer noe stort og viktig, noe som ikke har kommet før. (Personlig kommunikasjon, 10. september 2019)

For det andre kan det virke som om EAT har kjennskap til medienes praksiser, slik Dan og Ihlen (2011, s. 383) beskriver som viktig kunnskap for å nå ut med en ramme. Sletsjøe forteller hvordan det globale lanseringseventet ble lagt til Oslo, som en slags spesialbehandling ettersom organisasjonen er norsk. De var forberedt på at Stordalens navn ville skape oppmerksomhet: «Siden Gunhild Stordalen er såpass kjent, visste vi at det kom til å bli en del oppmerksomhet, så vi måtte sørge for at vi fikk satt et fotavtrykk i Norge» (personlig kommunikasjon, 10. september 2019). Videre forteller Sletsjøe at de også vendte blikket utover.

Vi visste at om vi skulle bli den mest omtalte forskningsrapporten, måtte vi øverst i den globale nyhetssyklusen, så vi arbeidet målrettet mot de viktigste globale mediene som BBC, The Guardian og New York Times. Derfor la vi pressekonferansen til London. (Personlig kommunikasjon, 10. september 2019)

Til tross for oppmerksomheten, lot EAT debatten gå litt for seg selv. De fleste artiklene der EAT uttaler seg er konsentrert rundt perioden under og rett etter lanseringen av rapporten. Etter det blir det stille, med unntak av et par saker og Sletsjøes kronikk i VG 14. februar. «Vi var ikke så veldig involvert i debatten, men trådte inn når vi så at her måtte det klares opp noe eller at det var noen misforståelser. Men ellers gikk det på en måte sin gang. Vi lot forskerne

snakke», sier Sletsjøe (personlig kommunikasjon, 10. september 2019). Bevisene peker dermed mot at organisasjonen lanserer rapporten med et smell, og deretter trekker seg noe tilbake, og lar andre aktører debattere.

Kjøttbransjen, på den andre siden, har færre uttalelser, ifølge analysen. Det kan blant annet handle om at deres rolle i debatten først og fremst var deltagende, ikke initierende. På den andre siden kunne mediene valgt å gi bransjen mer spalteplass. En kan derfor lure på om bransjen ønsket å komme mer til orde, uten å lykkes, og om det kan ha sammenheng med tolkningsrammene de fremmet og hvorvidt de ble oppfattet som legitime av mediene. Det vil bli diskutert senere i analysen.

Analysen viser også antall ganger aktørene opptrer som hovedkilde i de analyserte artiklene, illustrert i tabell 5.3. Også her kommer EAT langt bedre ut enn bransjen. At EAT «eier» de fleste oppslagene peker i retning av at organisasjonens budskap får mest gjennomslag. Mulige grunner til hvorfor vil bli diskutert senere, men rammen og organisasjonens legitimitet kan ha spilt en rolle. Videre skiller kategorien *Ekspert/forsker/analytiker* seg ut. Analysen viser at akkurat denne gruppen kilder har hatt fått mye plass i mediedekningen, både som kilde og hovedkilde. Det kan henge sammen med det journalistiske idealet om objektivitet og journalistens ønske om ikke å fremstå som partisk. Selv om man trolig kan si at forskerne også «tilhører» ulike leirer i debatten om kjøtt, kan det virke som om de norske mediene var opptatt av å la ekspertstemmer få uttale seg, kanskje for å gjøre innholdet mer troverdig og «nøytralt» for publikum.

Tabell 5.3 Antall ganger aktørene brukes som hovedkilde

Aktør	Antall
EAT	22
Nortura	2
Politiker	9
Ekspert/forsker/analytiker	23
Redaksjon/journalist	13
Norges Bondelag	1
Andre bondelag og organisasjoner	4
Miljøorganisasjon	2

Virksomhet/produsent	13
Dagligvarebransjen	0
Myndighet/offentlig forvaltning	1
MatPrat	4
Animalia	0
Dyrevernorganisasjon	1
Privatperson	6
Andre interesseorganisasjoner kjøtt	1
Ingen	8
Totalt	110

5.1.3 Tema: Fra matrapport til kjøttrapport

Slik analysen viser, handler Reformrammen om verdens matsystem, og EAT ser ikke ut til å fremme en egen ramme om kjøtt. Det kan likevel virke som om kjøttet fikk relativt stor plass i mediedekningen, til tross for at rapporten handler om mye mer. Ifølge analysen var selve rapporten hovedtema i 45 saker. Kjøtt, enten i form av konsum, produksjon eller begge deler, var hovedtema i 31 saker, som vist i tabell 5.4.

Tabell 5.4 Artikkelens hovedtema

Artikkelens hovedtema	Antall
EAT-Lancet-rapporten	45
Kjøttkonsum og -produksjon	31
Norsk landbruk	10
Kjøttbransjen/«kjøttlobbyen»	3
EAT/Gunhild Stordalen	9
Annet	12
Totalt	110

Det er liten tvil om at en vinkling over på kjøttet passer inn med flere av nyhetskriteriene (O'Neill & Harcup, 2009), spesielt med tanke på at EAT-dietten anbefaler et relativt stort kjøttkutt for de fleste. Det i seg selv kan vekke oppsikt og følelser hos mange, spesielt for de

som daglig inntar kjøtt. Slike saker kan oppfattes som ekstra sjokkerende når man først av alt leser overskriften, som skal friste leseren til å ville klikke seg inn. I en tid der flere mediehus sliter økonomisk, er sensasjonelle overskrifter mer vanlig. I tillegg kan folk identifisere seg med saken, i den forstand at de føler det påvirker dem. Alle har et forhold til mat, og mange også til kjøtt. Det i seg selv kan bygge opp til konflikt, ettersom man kan anta at det er noe flere har sterke meninger om. Samtidig har debatten om kjøtt fått stor plass i mediebildet de siste årene, som innledningen viser. Å fortsette debatten i lys av EAT-Lancet-rapporten, kan dermed også inkludere kriteriet kontinuitet, siden en sak som allerede har vært i mediene en periode kan være mer spennende for leserne å følge (O'Neill & Harcup, 2009). Dette kan ha gjort det mer interessant for mediene å fokusere på kjøttet, og ikke rapportens helhetlige perspektiv. For EAT var denne vinklingen som forventet, men noe uheldig, ifølge Sletsjøe.

I en ideell verden skulle vi fått på et mer nyansert budskap, men vi visste fra dag én at dette kom til å handle om kjøtt, og at dette kom til å handle om 14 gram, selv om vi ikke ville. Altså, vi gjorde ganske mye for å unngå det. Vi ble ikke overrasket eller lei oss når det bare handlet om kjøtt, vi hadde jo forutsett at det kom til å skje, og det tror jeg alle som var involvert var klar over. (Personlig kommunikasjon, 10. september 2019)

De 14 grammene Sletsjøe nevner, rapportens anbefalte inntak av rødt kjøtt i gjennomsnitt per dag, fikk mye oppmerksomhet, og ble i noen artikler vinklet som sjokkerende. Andre journalister tok tallene mer bokstavelig. Da et innslag på NRK viste hvordan journalisten veide maten før den ble spist, følte Sletsjøe at de ikke hadde fått igjennom budskapet helt.

De gram-målene var for beslutningstagere for at de skulle ha noe konkret å styre mot. Men folk flest skal jo ikke veie hvor mye de spiser, man skal ikke sitte å ta salamiskiven på vekten. Det er ment som en guide. Noen ganger var vi flinkere til å si at halve tallerkenen skulle være grønt og at fire kjøttmåltider i uka er innafør. Men det var dette tallet 14 gram, som gjorde at det ble lettere å kritisere oss. (Personlig kommunikasjon, 10. september 2019)

På den andre siden tror Sletsjøe at de 14 grammene også kan ha gjort det lettere for mediene å skrive om rapporten.

De 14 grammene er egentlig et intervall, som er mellom 0 og 28, og så er 14 i midten av det intervallet. Det er forenelig med en god helse å spise null gram rødt kjøtt og 28 gram rødt kjøtt per dag. Hvis vi bare hadde gått rundt og sagt det intervallet – hvis vi

hadde strøket tallet 14 fra rapporten – ville det vært vanskeligere for media å snakke om det. Det er både en styrke og en svakhet, at det er så spesifikt. (Personlig kommunikasjon, 10. september 2019)

Dette peker i retning av at de 14 grammene kan ha vært med på å løfte rapporten frem, samtidig som de tok fokuset vekk fra andre deler av rapporten. Slik Dan et al. (2019, s. 10-11) hevder, vil det være mindre sjanse for at mediene plukker opp en ramme hvis den ikke er appellerende nok, og å inkludere konkrete tall kan dermed ha vært viktig for å fange journalistenes interesse. At såpass mange saker handlet om kjøttet, indikerer likevel at EATs budskap ikke ble plukket opp akkurat slik organisasjonen ville. Sletsjøe forteller videre hvordan de gjerne ville fått frem hva man skal spise mer av, og ikke bare hva man skal spise mindre av. Noen nyanser kom heller ikke helt frem.

Vi ville gjerne ha fått fram hvor ekstrem dietten vår er i dag, både når det gjelder kjøtt og prosessert mat. Overskriftene og sakene ble liksom litt sånn «EAT vil ikke at du skal spise kjøtt». Det handlet ikke om «Nordmenn spiser fire ganger så mye kjøtt enn hva forskningen anbefaler». Så sanne nyanser forsvant. (Personlig kommunikasjon, 10. september 2019)

På den andre siden viser analysen at majoriteten av sakene handler om rapporten i seg selv, og at det dermed er grunn til å tro at EATs hovedbudskap i det store og det hele likevel nådde igjennom. I tillegg kommer rapporten og budskapet også frem i sakene som først og fremst handler om kjøttet, om enn i mindre grad. At rapporten tilsynelatende ble fremstilt som en kjøttrapport og ikke en matrapport, kan dermed ha vært både positivt og negativt for EAT.

5.2 Medienes tolkningsrammer

I denne delen vil jeg undersøke hvilke tolkningsrammer mediene konstruerte under debatten. Slik Entman (1993, s. 52) peker på, kan rammer manifestere seg i en tekst ved fravær eller tilstedeværelse av ulike nøkkelord, fraser, stereotypiske bilder, kilder og setninger, som sammen peker mot en spesiell betydning. Entmans (1993) fire elementer, årsak, problem, moralsk vurdering og løsning, var utgangspunktet for identifiseringen av medienes tolkningsrammer, i likhet med aktørene. Elementene var imidlertid vanskeligere å identifisere hos mediene, som diskutert i metodedelen. Samtidig pekte flere saker i retning av Semetko og Valkenburgs (2000) konfliktramme, der mennesker, grupper eller organisasjoner settes opp mot hverandre. *Splitter politiker-Norge. Sp-topp slakter Gunhilds EAT-rapport: –*

Bare to egg i uka er spinnvilt! (Berg, 2019) og *Bitter Twitter-krangel etter omstridt matrapport* (Vogl, 2019) er eksempler på overskrifter som peker i en slik retning. Ettersom resten av analysen er gjennomført med Entman (1993) i grunn, valgte jeg imidlertid å ikke inkludere rammer på et generisk nivå, slik konfliktrammen er. Hovedformålet her er uansett å finne ut av hvordan mediene behandlet aktørenes rammer.

Jeg vil trekke frem de tre mest fremtredende medierammene jeg har identifisert, som ifølge opptellingen brukes omtrent like mye. Det kan se ut til at flere av artiklene presenterer flere elementer i én og samme setning, slik Entman (1993) hevder er mulig. Det gjør det noe vanskeligere å presentere, men jeg vil vise til et par eksempler underveis. Jeg har også inkludert to andre funn i mediernes fremstilling, som ikke kan sies å være en egen tolkningsramme, men som likevel er verdt å diskutere nærmere. Uansett bør resultatene tolkes med forsiktighet, ettersom utvalget består av 60 artikler, og dermed er relativt lite. I tillegg er rammene min tolkning, og noe andre kan tolke annerledes.

5.2.1 Omstillingsrammen

Den første medierammen jeg har identifisert, er på mange måter lik EATs Reformramme, og jeg vurderte først om rammen kunne være den samme. Flere av de samme elementene er tilstede og det er liten tvil om at EATs budskap kommer frem i de fleste sakene. Jeg tolker det likevel som en egen ramme, ettersom fokuset er noe mer rettet mot omstilling for vanlige folk. Det er spesielt kjøttet som får oppmerksomhet, som kan ses i lys av funnene i analysen av mediedekningen. I noen av sakene kan det likevel se ut til at Reformrammen i sin helhet kommer frem, som for eksempel Nationens *Nå kommer rapporten som kan forandre landbruket* (Bækgaard, 2019f), men et flertall av sakene kan likevel passe med Omstillingsrammen. Uansett er en tendens i disse artiklene at løsningen presenteres tidlig, ofte allerede i overskriften, og at det er mer vekt på den moralske vurderingen enn problemet og årsakssammenhengen.

Problem og årsak

I VGs artikkel *Ny rapport lanserer «global diett»: – Inntak av rødt kjøtt og sukker må halveres* (Johannessen, 2019) fastslår journalisten tidlig at rapporten skal vise «... hva som må til for å sikre den stadig økende befolkningen i verden nok, sunn mat». Lenger ned presenteres rapportens viktigste funn, og det kommer frem at vi har et «behov for endring», siden det ikke vil være mulig å gi en befolkning på 10 milliarder mennesker i 2050 et sunt og

bærekraftig kosthold uten endring. Sammen med underoverskriften «Professor: Verdens kosthold må endres dramatisk» og uttalelser fra EAT indikerer dette at måten vi gjør det på nå, ikke fungerer. I Dagbladet-saken *37 verdensledende forskere står bak – Gunhilds EAT-rapport sjokkerer: - Kjøttmiddag bare to ganger i måneden* (Dalseg, 2019) antyder ingressen det samme: «Kostholdet vårt må endres dramatisk, viser ny rapport. I 2050 er vi ti milliarder mennesker». Jeg tolker problemet som at verdens kosthold må endres.

Måten artiklene rammer inn grunnen til at vi må endre oss, ligner på Reformrammens. Med underoverskriften «Diett for å redde planeten», skriver VG-journalisten at dietten blant annet vil redusere global oppvarming og minske tapet av biologisk mangfold. I tillegg trekker den frem at å endre kostholdet kan forhindre rundt 11 millioner tidlige dødsfall (Johannessen, 2019). I Dagbladet-artikkelen står det at «Dårlig kosthold er den største årsaken til dårlig helse, og rapporten har som mål å ikke bare brødfø jordas befolkning, men gjøre den sunnere og friskere», i tillegg til at journalisten trekker frem de tidlige dødsfallene som kan forhindres (Dalseg, 2019). Det kan altså se ut til at Reformrammens elementer er tilstede; problemet er at matsystemet er feil, og hvis vi ikke endrer oss, vil planeten og folkehelsen skades videre.

Moralsk vurdering

Det kan se ut til at den moralske vurderingen er lik som i EATs Reformramme. Allerede i ingressen fastslår VG-artikkelen at «For å sikre sunn mat til jordens økende befolkning må vi globalt redusere inntaket av rødt kjøtt og sukker med 50 prosent, og doble inntaket av nøtter, frukt, grønnsaker og belgfrukter» (Johannessen, 2019). I det kan det både være et hint av det moralske aspektet, i tillegg til at selve løsningen presenteres. Hvis vi ikke endrer kostholdet, vil vi ikke sikre sunn mat til alle. I en Dagbladet-artikkel flettes også rammens moralske vurdering og løsning sammen: «Skal alle få i seg nok og god næring, uten at vi gjør ubotelig skade på planeten, er vi nødt til å legge om både kosthold og måten vi produserer maten på dramatisk», står det for eksempel i ingressen (Dalseg, 2019). Vi er altså «nødt» til å legge om, som indikerer at å *ikke* gjøre det, er galt.

Løsning

I EATs Reformramme er løsningen todelt: enkeltmennesker må spise mer grønt og mindre kjøtt og aktører i matsystemet må gjøre strukturelle endringer. I Omstillingsrammen presenteres også denne løsningen, men det kan virke som om fokuset først og fremst er på løsningens første del. At forbruket av kjøtt og sukker må halveres og inntaket av frukt og grønt må doubles, dukker opp flere steder, og ser ut til å være en formulering flere journalister

tar i bruk. VGs artikkel *Ny rapport lanserer «global diett»: – Inntak av rødt kjøtt og sukker må halveres* (Johannessen, 2019) er et eksempel på det, hvor løsningen får plass allerede i overskriften. Dagbladet-saken med overskriften *37 verdensledende forskere står bak – Gunhilds EAT-rapport sjokkerer: - Kjøttmiddag bare to ganger i måneden* (Dalseg, 2019) er et annet eksempel. I en artikkel i *Nationen* er overskriften enda mer spesifikk: *Ny rapport: Hver nordmann må kutte kjøttforbruket med 100 gram per dag* (Bækgaard, 2019d). Inngressen fastslår at EAT-rapporten konkluderer med at «Nordmenn må mer enn halvere kjøtt- og sukkerforbruket, grønnsaker må bli en større del av dietten, mens potetinntaket må kuttes». Underoverskriften «14 gram kjøtt per dag» følger, hvor journalisten trekker frem gram-anbefalingene dietten foreslår. Disse tre eksemplene kan tolkes i retning av at rammens løsning er å halvere kjøttforbruket og doble inntaket av grønt, noe som ligner EATs første løsning, men at den stopper opp på enkeltmenneskets tallerken.

Noen av sakene vinkles også i retning av at en slik omstilling som løsningen presenterer, kan være vanskelig å gjennomføre. I Dagbladet beskriver journalisten hvordan man skal spise i henhold til dietten, men at «Veien dit kan imidlertid bli lang» (Dalseg, 2019). Deretter følger kilder som uttaler seg om kostholdsending. Flere av Omstillingsrammens artikler har en slik vinkling, også derav navnet. Likevel er det tydelig at Reformrammens elementer kommer frem, og vinklingen er ikke like negativ som i den neste rammen jeg har identifisert.

Uansett kan Omstillingsrammen oppsummeres slik, illustrert i tabell 5.5. Problemet er at kostholdet vårt ikke er bra nok. Grunnen til det er at det skader både planeten og folkehelsen. Den moralske vurderingen ligger i at det er rett å omstille seg for fremtidens mennesker. Løsningen er dermed å spise mindre kjøtt og mer grønt.

Tabell 5.5 Medienes ramme 1

Omstillingsrammen	
Problem	Kostholdet vårt er feil
Årsak	Det påvirker planeten og folkehelsen negativt
Moralsk vurdering	Vi må omstille oss for å sikre fremtidens folk sunn mat og et sunt miljø
Løsning	Spis mindre kjøtt og mer grønnsaker

5.2.2 Skepsisrammen

Den andre medierammen jeg har identifisert, har jeg valgt å kalle *Skepsisrammen*, siden artiklene har en mer skeptisk vinkling. Noen artikler er skeptiske til selve rapporten. Andre artikler ser ikke ut til å undergrave EATs funn, men vinklingen setter spørsmålsteget ved den «drastiske» løsningen kommisjonen kommer med.

Problem og årsak

I NRK-artikkelen *Ekspert bekymret over Stordalens kostholdsråd* (Ertesvåg, 2019) fremstilles dietten som problematisk, som kan ses på som rammens problem og årsak. I artikkelen er videoen der NRK-journalisten tester ut dietten, som tidligere nevnt, inkludert. Teksten *Hører du rumlinga?* er en del av filmens stillbilde, som kan indikere at dietten ikke holder deg mett. I videoen viser journalisten at ukas måltider er nøye planlagt og målt opp, og hun blir misunnelig når kollegene spiser, mens hun selv må stå over. Hun forteller at hun mister konsentrasjonen, er i dårlig humør og «savner kosen». Hun avslutter med å si: «Hvis vi skal redde kloden vår, så skal det jo svi litt ... Men det kan ikke være så rigid som det har vært denne uka. Kanskje jeg rett og slett bare bør kutte en flytur istedenfor?». Deretter uttaler to professorer fra Norges miljø- og biovitenskapelige universitet seg, som ifølge journalisten «... mener at tilgangen til en rekke næringsstoffer vil være marginal om man følger EAT-dietten». Journalisten fastslår at «De er bekymret». Sammen med underoverskriften «For lite næringsstoffer», kan det se ut til at artikkelen innrammer dietten som problematisk, fordi den er vanskelig å gjennomføre og fordi den ikke har nok næringsstoffer for alle.

Et annet eksempel på rammens problem og årsak kommer frem i VG-saken *Professor om EAT-dietten: – Bekymret for fedme* (Kaalstad & Johannessen, 2019). Artikkelen innrammer dietten som mulig, «... men krevende å gjennomføre for vanlige folk». En professor fra Norges miljø- og biovitenskapelige universitet er usikker på om det er klokt å «gå så drastisk til verks», samtidig som han peker på at for en befolkning som er mer inaktiv enn før, vil dietten kunne føre til et for stort energiinntak. Det kan altså se ut til at saken innrammer dietten som problematisk, og at vi rådes til å tenke to ganger før vi følger den. Selv om saken tar en vending litt lenger ned, og flere uttaler seg positivt om dietten, er overskriften, ingressen og de første avsnittene vinklet på en måte som gjør at Skepsisrammen er mest fremtredende.

Moralsk vurdering

Det er få tegn til at journalistene selv presenterer rammens moralske vurdering i denne rammen, og det er dermed grunn til å tro at den presenteres implisitt, også via journalistens valg av kilder. I VG-artikkelen kan det virke som det er tilfellet: «Birger Svihus, professor i ernæring ved NMBU er usikker på om det er klokt å gå så drastisk til verks som EAT-rapporten foreslår», skriver journalisten (Kaalstad & Johannessen, 2019). Å følge dietten kan dermed virke uklokt, spesielt siden det kan være negativt for helsen vår og vanskelig å gjennomføre, slik rammens årsak fastslår. Det kan tolkes som at om kostholdsendringer kanskje kan ha negative virkninger for oss, bør de ikke gjennomføres.

Løsning

Rammens løsning presenteres heller ikke eksplisitt i noen av artiklene. Leter en mellom linjene, kan vinklingen tolkes som om at vi bør vurdere andre løsninger, ettersom EAT-dietten fremstilles som lite optimal. I NRK-artikkelen står det for eksempel at det likevel ikke er «sikkert at vi i Norge skal leve på en slik global diett» (Ertesvåg, 2019), noe som kan peke i retning av at løsningen må være en helt annen enn den EAT presenterer. Underoverskriften «– Kanskje ikke noe for nordmenn» taler for en slik tolkning.

Skepsisrammen er oppsummert i tabell 5.6. Rammens problem er at EAT-dietten er problematisk. Årsaken til det er at den er ekstrem, vanskelig å gjennomføre eller ikke tilfredsstillende ernæringsmessig. Den moralske vurderingen handler om at vi ikke bør gjennomføre kostholdsendringer, hvis det kan lede til negative konsekvenser. Løsningen er å vurdere andre alternativer fremfor å følge dietten.

Tabell 5.6 Medienes ramme 2

Skepsisrammen	
Problem	EAT-dietten er problematisk
Årsak	Den er ekstrem, vanskelig å gjennomføre og ikke tilfredsstillende ernæringsmessig
Moralsk vurdering	Kostholdsendringer som kan ha negative følger, bør ikke gjennomføres
Løsning	Vurder andre løsninger enn EAT-dietten

5.2.3 Mediernes bærekraftsramme

Til slutt har jeg identifisert en ramme der det norske landbruket og kjøttet forsvares, som i bunn og grunn er lik bransjens Bærekraftsramme, som jeg dermed vil kalle *Mediernes bærekraftsramme*. Disse artiklene er vinklet mot at det norske landbruket er bærekraftig, i likhet med Bærekraftsrammen. Noen av sakene har et negativt preg, mens andre er mer positive. Det er også verdt å nevne at jeg fant andre positive saker i datamaterialet som er vinklet på mulighetene til norsk landbruk i lys av EAT-rapporten. Jeg vurderte dette som en egen ramme, men den er imidlertid ikke inkludert, ettersom den brukes mindre enn denne.

Problem og årsak

I Dagbladet-artikkelen *Forsvarer kjøttet. Forsker: – Gunhild sikter helt feil* (Gulbrandsen & Sjuve, 2019) antydes problemet allerede i overskriften: kjøttet må *forsvares*, noe som kan indikere at problemet er at kjøttet er under angrep. I artikkelen uttaler forsker Laila Aass seg, som journalisten sier er «skeptisk til flere studier og rapporter fra seinere tid som omhandler globalt kosthold», som også er et hint av Skepsisrammen. Aass følger opp med å påpeke at «Verden vil bedras så lenge det går», ettersom det fortsatt er fossile utslipp fra kull, olje og gass som er den store miljøsynderen. Dette indikerer at grunnen til at det er et problem at akkurat kjøttet angripes, er at andre sektorer er verre, slik også bransjens Bærekraftsramme blant annet peker på. Underoverskriften «– Ikke her hos oss problemet ligger» kan understreke det. Deretter sier Aass at de norske husdyrene er blant de mest klimavennlige i verden, etterfulgt av støtte fra Norturas Ellen Flø Skagen. Artikkelen er dermed også vinklet på at den norske kjøttproduksjonen er god, som en del av rammens årsak.

I *Bondelagene tror ikke norske bønder har noe å frykte i ny EAT-rapport* (Bækgaard, 2019e) i Nationen presenteres problemet mer implisitt. Artikkelen er positivt vinklet, men jeg tolker overskriften i retning av at norsk landbruk hadde fryktet ufortjent kritikk. I ingressen skriver journalisten at «Bondeorganisasjonene tror rapporten vil trekke frem norsk landbruk som et godt eksempel på hvordan ting bør gjøres». Deretter uttaler bondelag og landbruksorganisasjoner seg i retning av at rapporten vil være et positivt bidrag, samtidig som det påpekes at det optimale landbruket ligner på det vi har i Norge. Elementer som at alle må produsere det de har best utgangspunkt for, kommer blant annet frem, som kan indikere at rammens årsak er lik som i bransjens Bærekraftsramme.

Moralsk vurdering

Rammens moralske vurdering er ikke veldig tydelig. Leser en mellom linjene kan det se ut til at den moralske vurderingen handler om at det er feil å kritisere noen som tross alt gjør en god jobb. I Dagbladet-saken, der kjøttet forsvares, ligger det i kortene at norsk kjøttproduksjon ikke fortjener kritikk, ettersom det ikke er hos norsk landbruk problemet ligger (Gulbrandsen & Sjuve, 2019). Det samme kommer frem i aktørenes Bærekraftsramme.

Løsning

Rammens løsning presenteres heller ikke eksplisitt. Det er likevel grunn til å tro at den er lik som aktørenes Bærekraftsramme – å ikke angripe norsk landbruk.

Oppsummert ser rammen slik ut: Problemet er at det er feil å kritisere norsk landbruk.

Grunnen til det er at norsk landbruk tross alt gjør en god jobb og er bærekraftig. En aktør som gjør det bra, fortjener ikke kritikk. Løsningen er dermed å ikke angripe norsk landbruk.

Rammen er illustrert i tabell 5.7.

Tabell 5.7 Medienes ramme 3

Medienes bærekraftsramme	
Problem	Det er feil å kritisere norsk landbruk
Årsak	Norsk landbruk gjør en god jobb
Moralsk vurdering	De som gjør det bra, fortjener ikke kritikk
Løsning	Ikke angrip norsk landbruk

5.2.4 Helter, skurker og «beinseriøs» forskning

Til slutt vil jeg trekke frem to andre funn, som ikke er egne tolkningsrammer, men som jeg mener det likevel er verdt å se nærmere på. For det første kan det se ut til at mediene tar i bruk den kulturelt forankrede fortellingen med de stereotypiske karakterene helt og skurk (Van Gorp, 2010). I noen av sakene virker det som om Stordalen er helten, mens kjøttbransjen fremstilles som den onde. Rollegalleriet er likevel ikke likt hele veien, ettersom fremstillingen av Stordalen på et tidspunkt kan se ut til å snu.

Datamaterialets første sak, publisert i Dagbladet 14. januar, et par dager før rapporten, er et eksempel som tyder på at Stordalen fremstilles som helt. *Lanserer unik rapport to dager etter 40-årsdagen. Gunhild om diettsensasjonen: – Bedre rustet enn noen gang* (Sjuve & Gulbrandsen, 2019) lyder overskriften, og artikkelen innledes slik: «I morgen, tirsdag, fyller Gunhild Stordalen 40 år. Men for den svært miljøbevisste kvinnen handler nå alt om hva som skal skje på torsdag – når EAT og den medisinske journalen The Lancet lanserer sin store rapport om den globale matsituasjonen». Ingressen vitner om at alt annet vil havne i skyggen når Stordalens største prosjekt hittil skal lanseres. Journalisten fastslår at «... Stordalen er inne i en av de viktigste ukene i sin karriere», for etter rapportens lansering står 35 arrangementer for tur for «den engasjerte legen og høyt profilerte EAT-grunnleggeren». Deretter uttaler en forsker ved NTNU seg, som mener Stordalen «... har vist stort pågangsmot og entusiasme over lang tid», og gitt saken et ansikt. Journalisten skriver også at «Det er knyttet store forventninger til rapporten, som de fleste forventer inneholder politisk sprengstoff». Selv om resten av artikkelen inneholder kilder som uttaler seg mer skeptisk til rapporten, kan det se ut til at første halvdel stiller Stordalen i et godt lys. Hun er engasjert og modig som tar fatt på en så stor oppgave, og hun ønsker å se fremskritt, på globalt nivå. Det er ekstra heltemodig, ettersom rapporten er forventet å skape stor debatt verden rundt. Det er ikke mange saker med en slik vinkling, men det kan virke som om flere artikler inneholder drypp der Stordalens innsats applauderes.

E24s artikkel *Kjøttlobbyen mobiliserer før Gunhild Stordalen-rapport* (Wig, 2019) er et eksempel på det, som også peker i retning av at bransjen er den slemme. Den tar for seg bransjens strategidokument i forbindelsen med rapporten, som E24 har fått tak i. Før lanseringen har «... mektige bransjeaktører lagt en plan for hvordan de kan bruke ulike mediekkanaler og kommunikasjonsflater for å så tvil om funnene i rapporten». I artikkelen fremkommer det blant annet at bransjen skal «påpeke eventuelle faglige svakheter og avvik mellom internasjonale sammenhenger og tall og norske forhold», «korrigere eventuelle misvisende fremstillinger» og «kontakte fagmiljøer som sitter på kompetanse som kan brukes til å nyansere budskapene fra kommisjonen» (Wig, 2019). MatPrats direktør Dag Henning Reksnes svarer på spørsmål om «motstandsplanen», noe journalisten ordlegger slik: «I et intervju *forsvarer han strategien, refsers miljøkritikken av kjøttindustrien, og slår tilbake mot Stordalen*» [min kursivering]. Dessuten spør journalisten om strategiplanen betyr at bransjen «vil tale imot funnene uansett hva rapporten viser». Artikkelen gir inntrykk av at kjøttbransjen gjør seg klar til kamp, og at EAT skal «tas» uansett hva. Underveis i artikkelen forteller

journalisten om «det årelange prosjektet» til EAT og The Lancet, som kan tolkes som at journalisten løfter det store prosjektet frem. I tillegg uttaler Stordalen at hun ser frem til debatt, selv om også «konklusjonene vil være smertefulle for visse aktører». Hun er «klar for motstand». Bransjen, derimot, er de som skaper motstanden.

Norturas informant forteller at han husker saken godt. Ettersom han kjenner mediedramaturgien, skjønner han at mediene lager slike «skumle» saker som leder til klikk. Likevel opplevde han det som noe urettferdig.

Jeg må jo bare innrømme at når man står midt i det syns man det er litt urettferdig at sånne saker kommer. Det var jo velkjent lang tid i forveien at EAT skulle komme med sin rapport, og selvfølgelig visste vi at vi ville få henvendelser om det. Og det er en interessant debatt, en debatt som selvfølgelig vi også ønsker å delta i. Det var jo ikke sånn at mediene skrev «EAT har lagt opp en strategi for å ta...». Så altså, det er noe med hvem blir skurk og hvem som blir helt da. Og åpenbart var det veldig lett at vi ble skurk i den debatten. Sånn er det ofte, at det er næringslivet som blir det. (Personlig kommunikasjon, 10. desember 2019)

At næringen fremstilles som om den kun er opptatt av egne interesser, kommer for eksempel frem via Aftenpostens anerkjente kommentator, Joacim Lund. Han advarer mot «kjøttpropagandaen», og skriver at all kommunikasjon fra Matprat, Nortura, Animalia og bondelagene bør leses i lys av at de nå skal prøve å så tvil om Stordalen og EATs funn. For slik Lund ser det, har bransjen «mye å tape på en kraftig reduksjon i kjøttkonsumet, og vil gjøre alt de kan for å undergrave rapporten» (Lund, 2019). Lund kommenterer også den norske landbrukspolitikken, som over flere år har ført til at både konsumet og produksjonen har økt – og det siste til så store mengder at vi ikke klarer å spise opp. Selv om landbrukspolitikken kritiseres, settes bransjen i et dårlig lys. At kjøttforbruket bør reduseres, gir kjøttindustrien «blod på tann», ifølge Lund (2019).

Selv om deknningen i noen saker dreier mot at bransjen er «den slemme», opplever Nortura at de har legitimitet blant det norske folk. Informanten forteller at omdømmemålingene og undersøkelsene de har tilgang til, viser at de har et godt omdømme og høy tillit, også i krevende saker. Likevel har han forståelse for at ikke alle ser på dem som legitime.

Det vil selvfølgelig variere fra ulike saker som er der ute, men i relativt krevende saker vil jeg si at vi har ganske høy tillit. Men det er klart at – du brukte ordet legitimitet – vi

er jo ikke naive. Når vi snakker om kjøttforbruk, skjønner jo vi at det finnes andre aktører som man kan ha mer tillit til, fordi vi produserer kjøtt og lever av å selge våre produkter Folk er skeptiske til et selskap som selger de og de produktene. For hvis det er en debatt om de og de produktene, så har jo folk en innebygd skepsis til de og de produktene. Det er veldig forståelig. Det har vi full respekt for [Men] Vi er først og fremst opptatt av at vi forteller, svarer på hva vi gjør, og så får det være opp til andre å vurdere og tolke det. (Personlig kommunikasjon, 10. desember 2019)

På den andre siden er ikke fremstillingen av de stereotypiske karakterene lik hele veien. På et tidspunkt kan det virke som det snur for EAT og Stordalen i noen saker, ifølge analysen. Stordalen går fra å være superhelt til dobbeltmoralisk riking. For et liv som milliardærkone, der privatfly og dyre reiser ikke er sjelden vare, er for mange ikke forenelig med rapportens innhold om klima. *Ber folk kutte kjøttinntaket. Selv flyr hun 19 ganger mer enn gjennomsnittsnordmannen* lyder en av Dagbladets overskrifter (Hatlo, 2019). Avisen har regnet ut Stordalens klimaregnskap basert på feriebilder hun har lagt ut i sosiale medier. Det fremheves blant annet hvordan Stordalen-paret ikke er «... kjent for å sette på sparebluss når de skal på private ferier» og at «... lite ble spart» da ekteparet giftet seg i 2010 (Hatlo, 2019), som henter mot et luksuriøst liv, og dermed karakterbrist for en nøktern miljøforkjemper. I utenlandske aviser er tonen lik, som i The Daily Mail, en av Storbritannias største tabloidaviser. Der fremstilles Stordalen som en dobbeltmoralisk milliardær som jetter rundt i verden i sitt dyre fly, samtidig som hun støtter en studie som sier at vi bare kan spise en baconskive hver dag (Ardehali, 2019). For en «globe-trotting billionaire» som vil redde miljøet og ber «vanlige» folk redusere kjøttinntaket sitt til en skinkeskive daglig, er hyklersk og et klassisk eksempel på «gjør som jeg sier, og ikke som jeg gjør» (Bagot, 2019).

Stordalen selv forstår kritikken, og uttaler til NRK at «Det er et paradoks», men at hun likevel tror hun skal etterlate et mye mer positivt avtrykk når hun forlater verden (Westhrin, 2019). Det kommer også frem at EAT kjøper klimavoter for alle flyreisene sine, og at de alltid vurderer reisene nøye (Bækgaard, 2019a). Og selv om Stordalen er grunnleggeren av EAT Foundation, har hun ikke vært med å skrive selve rapporten. Kritikken er dermed både irrelevant og en avsporing, ifølge Sletsjøe.

Det er kritikk som ikke har noe med innholdet å gjøre. Så det er en avsporing enten fra aktører som har interesse av å bryte ned legitimiteten vår eller så er det media som ser

etter konflikt. De ser etter noen billige klikk-saker. (Personlig kommunikasjon, 10. september 2019)

Men på spørsmål om EAT gjorde noen grep for å prøve å snu kritikken mot Stordalen, svarer Sletsjøe at de stort sett lot det gå, nettopp fordi veldig mye av det ikke stemte: «Hvis vi går ut og begynner å forsvare ting som åpenbart er oppspinn, så virker det sannere enn det er. Vi ville at diskusjonen skulle være basert på vitenskapen og det faglige, og ikke alle disse avsporingene» (personlig kommunikasjon, 10. september 2019). Selv om det var saker EAT helst ikke ville ha på trykk, førte artiklene til mer eksponering, for eksempel i Storbritannia.

Det ble noen saker der [i britiske tabloider] vi gjerne skulle vært foruten. Men samtidig – da står det om oss i The Sun til 30 millioner lesere som ikke hadde lest om dette ellers. Selv om mye av saken handler om bare oppspinn, så løftes det opp til et helt annet nivå da. Så selv om det er negativt og vi skulle vært foruten, så er det ikke svart/hvitt Det skapte jo interesse rundt hva denne rapporten egentlig var for noe, som ga en interessant dynamikk. (Personlig kommunikasjon, 10. september 2019)

Sletsjøe legger også til at det var mange som forsvarte Stordalen, og at han i det store og det hele ikke opplevde at rapportens legitimitet ble svekket som følge av debatten rundt Stordalens liv. «For de aktørene som rapporten hovedsakelig var til for, har det ikke gitt oss noe problem», påpeker han (personlig kommunikasjon, 10. september 2019).

Det kan altså se ut til at begge aktørene opplevde en noe kritisk vinkling fra mediene, men at ingen av dem anså sakene som svært negative for den generelle legitimiteten. Slik Van Gorp (2010, s. 87) forklarer, er slike karakterer enkle å ta i bruk, og de kan gjøre det lettere for publikum å tolke saken. Etersom det ikke er snakk om mange saker med disse vinklingene, tolker jeg det mer i retning av at journalistene har hatt nyhetskriteriene i tankene, med et ønske om å skape konflikt. Det gjelder kanskje spesielt i sakene om Stordalens luksusliv, som også bærer preg av kriteriene sensasjon og elitepersoner (O'Neill & Harcup, 2009).

Et annet interessant funn er at mediene fremstiller rapporten som robust i flere av artiklene, uavhengig av vinklingen. I Dagbladet står det for eksempel at «37 forskere fra hele verden, *alle fremst i sitt felt*, har definert et kosthold som er både sunt og bærekraftig, og resultatet ble publisert i en rapport i det *prestisjetunge* tidsskriftet The Lancet Mer frukt og grønnsaker, og mindre kjøtt og fisk er resepten fra det *faglig tunge forskerpanelet*» [min kursivering]

(Dalseg, 2019). Her er det liten tvil om at journalisten anser forskningen som legitim. I flere andre artikler er tonen lik. Forskerne omtales som «fremst i verden», «verdensledende», «eksperter» og «toppforskere», mens The Lancet beskrives som «anerkjent» og «beinseriøs». Det kan være interessant å ta med disse observasjonene inn i den avsluttende diskusjonen.

5.3 EAT får mest gjennomslag i mediene

Denne studien er ingen effektstudie, og det er ikke mulig å si hvem som «vant» rammekonkurransen. Det er heller ikke noe som markerer casens «avslutning». Setter en sammen de ulike delene i analysen av medienes dekning og rammer og gjør en helhetlig vurdering, kan det likevel se ut til at det er EAT som får størst gjennomslag under debatten. Analysen av mediedekningen viser at EAT når bredt ut, har flest uttalelser og eier flest oppslag, samtidig som Omstillingsrammen på mange måter ligner EATs Reformramme, selv om den ikke er helt lik. Videre viser analysen at bransjen har færre uttalelser og eier færre oppslag, selv om også Bærekraftsrammen plukkes opp av mediene.

At både EAT og kjøttbransjen får noe gjennomslag i mediene, kan bety at begge aktørene har en viss kunnskap om hva som gjør en ramme god (Dan & Ihlen, 2011, s. 373). Det er imidlertid ikke slik at en ramme vinner frem så lenge den følger «oppskriften» på vellykkede rammer. Selv om kjøttbransjen når ut med Bærekraftsrammen, ser det ut til at de får mindre gjennomslag, og det er grunn til å tro at rammenes legitimitetsaspekter kan ha hatt betydning i akkurat dette tilfellet. Det vil bli diskutert ytterligere i neste og siste del av analysen.

6 Rammenes legitimitetsaspekter og avsluttende diskusjon

Frem til nå har analysen gitt et innblikk i aktørenes rammer og medienes fremstilling. I dette kapittelet vil jeg prøve å svare på problemstillingens siste spørsmål, om rammenes legitimitetsaspekter. Jeg vil sammenligne aktørenes legitimitetsgrep og diskutere hvilke legitimitetsaspekter som antageligvis bidro til at EAT fikk mest gjennomslag. Til slutt vil jeg diskutere rammekonkurransen og aktørenes kommunikasjon, før jeg vender tilbake til oppgavens overordnede spørsmål: hva gjør man når man blir angrepet fra flere hold?

6.1 Appell til bærekraft og forskning

Som diskutert under Reformrammen, kan rammen fremstå som legitim på grunn av EATs appell til bærekraft. Rapporten i seg selv viser at organisasjonen tar bærekraft på alvor, og dermed følger samfunnets normer (Ashforth & Gibbs, 1990). Likevel er kanskje Reformrammens viktigste legitimitetsgrep å vise til forskningen i seg selv, EAT-Lancet-rapporten. Organisasjoner må fortelle troverdige og overbevisende myter om seg selv for at publikum skal oppfatte dem som legitime (Wæraas, 2007, s. 282). Ved å fremheve at forskningen er den beste tilgjengelige, gjennomført av de fremste innenfor sitt felt, publisert i et av verdens mest anerkjente medisinske tidsskrifter, fremstår Reformrammen som sterk og troverdig. Det er generelt bred enighet om at vi kan stole på forskning, så lenge den er gjennomført etter godkjente forskningsstandarder. Etersom The Lancet er anerkjent og ansett for å ha høy innflytelsesfaktor, er det også grunn til å tro at all forskning som publiseres der, er nøye fagfellevurdert og av svært høy kvalitet. Det kan gi rammen legitimitet i seg selv, og å fremheve disse aspektene kan ha vært viktig for å få innpass hos mediene. Analysen av medienes fremstilling, der de samme beskrivelsene av forskningen fremheves, kan vitne om det. Sletsjøes refleksjoner i intervjuet bekrefter forskningens viktige plass.

Forskningen er jo krystallklar. Det er den beste forskningen som finnes. Så det var ikke noe vanskelig å forsvare seg med og det trengte ikke så mye forberedelse heller. Vi hadde rapporten, vi hadde forskerne, og det var det Walter Willett og Johan Rockström, altså de har jo jobbet innenfor sine felt i årtier, så de kan jo dette. Vi

trengte ikke å ha en svær strategi. Vi visste hva svarene var. (Personlig kommunikasjon, 10. september 2019)

Selv om oppgaven tidligere har diskutert både det at flere er uenige i dietten EAT foreslår og at Stordalen ble anklaget for å være dobbeltmoralsk, kan det virke som om rapporten, *selve forskningen*, likevel fremstår som legitim, og dermed også rammen i seg selv.

Reformrammens legitimitetsgrep kan settes opp mot Bærekraftsrammens. I Bærekraftsrammen føler bransjen seg urettferdig angrepet. *Vi er ikke verst – vi er jo bærekraftige*, sier de. Som diskutert under Bærekraftsrammen, kan det se ut til at bransjen prøver å få legitimitet ved å vise til at de opererer i tråd med samfunnets normer, der bærekraft er en viktig verdi, ved å vise til at kjøttproduksjonen er den mest bærekraftige utnyttelsen av Norges ressurser og at den norske kjøttproduksjonen er bærekraftig sammenlignet med andre. Rammens innhold er dermed av institusjonell karakter, som kan være et forsøk på å gi kommunikasjonen mer tyngde og kredibilitet (Elsbach, 1994, s. 65-66). På mange måter fremstår fortellingen om det norske kjøttet troverdig, ettersom bransjen både viser til Kombinasjonskua og utslippstall. I tillegg males et bilde av begrensningene det norske naturlandskapet gir, som det er vanskelig å si seg uenig i. Ettersom denne fortellingen om bransjen og det norske kjøttet virker overbevisende, kan det gjøre at rammen fremstår som mer legitim (Wæraas, 2007, s. 282).

På den andre siden kan rammens form virke benektende (Elsbach, 1994). Selv om bransjen viser at de følger samfunnets normer om en bærekraftig produksjon, kan det likevel virke som om de ikke anerkjenner miljøproblemene. Implisitt uttrykker rammen at bransjen gjør alt etter boka, og dermed ikke fortjener kritikk. Det kan være tegn på at de ikke anerkjenner miljøutfordringene verden står overfor. Slik oppgaven har vist, gis ikke det inntrykket i intervjuet med informanten fra Nortura eller i bransjens dokumenter. Bærekraftsrammens oppbygging kan likevel fremstå slik. Dessuten kan bransjens oppdrag – å selge kjøtt – trekkes inn i diskusjonen. Slik medieanalysen viser, stemples kjøttbransjen som skurk i noen av artiklene. De kalles blant annet «kjøttpropagandaen», som er ute etter å så tvil om EATs funn. Det kan tenkes at det i seg selv kan ha svekket bransjens rammer i utgangspunktet. Det at flere stiller kritiske spørsmål om kjøtt generelt, kan forsterke en slik tolkning.

I møte med EATs ramme kan et slikt utgangspunkt ha vært vanskelig. I Reformrammen peker EAT på at verdens matsystem trenger en reform, for slik det er nå er ikke bra nok, blant annet

fordi mat truer klimaets stabilitet og økosystemets motstandsdyktighet. Selv om begge aktørene viser at de er opptatt av bærekraft, og for eksempel viser til FN i argumentasjonen, fremstår muligens EAT som mer troverdig. Det kan være fordi Reformrammen understreker og anerkjenner utfordringene. I tillegg kan organisasjonen EAT i seg selv øke troverdigheten i møte med en bransje som vil selge. Wæraas (2007, s. 283-284) viser hvordan en karismatisk personlighet kan overføres til organisasjoner. At EAT har bygget opp en form for karisma gjennom flere år med arbeid og profilering, kan tenkes. Organisasjonens mål og visjoner, satt sammen med Stordalens engasjement, peker i retning av at de vil gjøre verden til et bedre sted, både for mennesker og miljøet. Et slikt utgangspunkt kan gjøre at mediene trekkes mot organisasjonen, og vekker fra en bransje med «blod på tann», slik Joackim Lund uttrykker det (Lund, 2019).

Videre kan legitimitetsaspektene til bransjens ramme rettet mot helse og kosthold, Ekspertammen, sammenlignes med EATs ramme. Reformrammen fremhever at *den beste tilgjengelige forskningen* sier at å gjøre tallerkenen grønnere er ett av tiltakene som vil føre til bedre folkehelse, spesielt i vesten. Med Ekspertammen sier bransjen at vi trygt kan fortsette med det samme kjøttforbruket, etter *anbefalinger fra de norske helsemyndighetene*. Det er altså uenigheter om status og hvilke eksperter vi bør lytte til.

I likhet med Bærekraftsrammen kan Ekspertammens form virke benektende. Implisitt avviser rammen at kjøttforbruket er for høyt i Norge, noe også løsningen understreker – vi kan fortsette med det samme forbruket. At kommunikasjonen har en benektende form kan henge sammen med kjøttbransjens interesser; å anerkjenne at kjøttforbruket er for høyt, ville vært motstridende for en som lever av produksjon og salg av kjøtt. Å anerkjenne utfordringene er likevel mer effektivt enn å benekte dem, ifølge Elsbach (1994). Benektelser kan knyttes til manglende kontroll, noe som kan være uheldig. I tillegg kan det å anerkjenne utfordringene først, gjøre det mulig å dreie samtalen over på noe mer positivt (Elsbach, 1994, s. 72-74).

På den andre siden er Ekspertammens innhold av institusjonell karakter ved at de viser til og stiller seg bak anerkjente praksiser, nemlig myndighetenes råd. Det kan være et lurt grep, ettersom nordmenn er blant de med mest tillit til politiske institusjoner i Europa (Kleven, 2016). De norske myndighetene kan dermed sies å ha kognitiv legitimitet, der publikum tar det for gitt at organisasjonen opererer legitimt (Suchman, 1995, s. 578-582). Det kan altså se ut til at Ekspertammen tar grep om legitimiteten ved å stille seg bak en aktør folk flest ser på som legitim. At Ekspertammen viser at bransjen tar myndighetenes råd på alvor, kan ha gitt

rammen mer legitimitet. I tillegg er det liten tvil om at de norske kostrådene er basert på solid forskning. Ifølge Helsedirektoratet bygger rådene på nasjonal og internasjonal forskning, og de støtter seg på kunnskapsoppsummeringer fra «internasjonale ekspertgrupper» som Verdens helseorganisasjon (WHO), Den europeiske helsemyndighet for næringsmiddeltrygghet (EFSA) og Verdens kreftforskningsfond (WCRF) (Helsedirektoratet, 2016). Ekspertammen støtter seg dermed til helsemyndighetene, som stiller seg bak solid forskning.

På den andre siden kan det virke som om helsemyndighetene ikke nødvendigvis er god støtte. Selv om rådene per dags dato sier at man kan spise inntil 500 gram rødt kjøtt i uka, fremmer også Helsedirektoratet at folk skal spise litt mindre kjøtt, slik det står beskrevet i det første kostrådet (Helsedirektoratet, 2016). I tillegg kan det virke som om helsemyndighetene stiller seg bak EAT-rapporten. I en kronikk publisert på forskning.no, undertegnet av seks medlemmer fra Nasjonalt råd for ernæring, som har som mål å «styrke myndighetenes fagrolle ved å gi kunnskapsbaserte råd i arbeidet med kosthold, ernæring og helse i befolkningen og helsetjenesten» (Helsedirektoratet, 2019), støttes EAT åpenlyst. Det står blant annet at «Rødt kjøtt (kjøtt fra ku, får og svin) er en ypperlig kilde til blant annet protein, sink, jern og B12, men inntaket bør reduseres kraftig på grunn av økt risiko for flere av de store folkehelse-sykdommene, blant annet tykktarmskreft» (Meltzer et al., 2019). Videre skriver medlemmene at EAT sine råd ligner de norske kostrådene, samtidig som de påpeker noen detaljer og begrunnelser i rapporten de ikke helt forstår. Likevel avslutter de slik: «Likevel støtter vi hovedbudskapet i rapporten. Vi må tåle ubehaget med å måtte justere livsstilen vår, og alle må bidra til en dugnad, for det handler ikke bare om vår egen helse, men også våre barn og barnebarns fremtid». (Meltzer et al., 2019). Det kan altså se ut til helsemyndighetene ikke nødvendigvis er enig i Ekspertammens utgangspunkt, at det er feil å anklage nordmenn for å spise for mye kjøtt. Til slutt kan det se ut til at ikke alle har innarbeidet myndighetenes kostråd i eget liv. «En stor del av befolkningen følger ikke myndighetenes kostråd», fastslår regjeringens *Nasjonal handlingsplan for bedre kosthold* (Helse- og omsorgsdepartementet, 2017). Selv om nordmenn har tillit til myndighetene, kan det vitne om at kostrådene ikke er en stor del av livet til de fleste.

Uansett kan det igjen virke som om bransjens legitimitetsgrep er mindre verdt i møte med Reformrammen. Selv om de norske kostrådene også er basert på solid forskning, kan det se ut til at EATs forskning fremstilles og fremheves på en bedre måte. Frasen *den beste tilgjengelige* innrammer forskningen på en måte som gir mediene liten grunn til å tvile på

rapportens forskningsgrunnlag. Bransjen, på den andre siden, vektlegger ikke bakgrunnen for kostrådene i like stor grad. Det kan se ut til at de heller stiller seg bak myndighetene, og håper rådene og myndighetenes legitimitet kan tale for seg. Ettersom helsemyndighetene i stor grad stiller seg bak EAT-rapportens budskap, samtidig som folk flest ikke har innlemmet rådene som en del av hverdagen, kan muligens rammen fremstå som mindre legitim.

Diskusjonen ovenfor kan ikke si hvilke rammer som *er* mest legitime, men heller hvilke rammer som *fremstår* mest legitime. Det at både Bærekraftsrammen og Ekspertrammen fremstår som benektende i form, satt sammen med bransjens intensjon om å selge, kan ha gjort rammene mindre troverdige. I møte med Reformrammens sterke appell til verdensledende forskning og EATs ønske om fremskritt i verden, kan det se ut til at den norske kjøttbransjen kommer til kort. Det er grunn til å tro at disse legitimitetsaspektene kan ha hatt betydning for rammekonkurransens utfall.

6.2 Avsluttende diskusjon

I en rammekonkurranse konkurrerer aktører om å få sin sak ut i mediene med den fremstillingen organisasjonen selv ønsker (Ihlen & Nitz, 2008, s. 2). Det handler om å få mest gjennomslag for sin virkelighetsforståelse og å få definere problemet og diskursen rundt (Pan & Kosicki, 2001, s. 36). I den avsluttende diskusjonen vil jeg samle analysens deler, og se på hvilke rammer aktørene prøvde å fremme og hvordan rammene ble tatt imot av mediene.

Studien identifiserer én ramme fra EAT. Rammens definisjon av problemet er at dagens matsystem ikke fungerer godt nok, og det trengs en reform. Slik situasjonen er nå, fører matsystemet til klima- og helseutfordringer. Når forskningen gir svar på hvordan vi kan løse problemene og at det er mulig, er det feil å ikke handle. Løsningen er at enkeltmennesker og store aktører må ta grep, blant annet ved å spise mindre rødt kjøtt. EAT fremmer ingen egen ramme om kjøttet, og rapporten tar for seg mye mer enn det, noe det ser ut til at EAT ønsket å få frem. Studien viser at EAT hovedsakelig vektlegger forskningen bak rammen for at den skal fremstå som legitim, som organisasjonen blant annet omtaler som verdenslende.

Bransjen, på den andre siden, prøver å forsvare det norske kjøttet i møte med EATs rapport, og definerer problemet ved implisitt å si at det er feil å angripe den norske kjøttproduksjonen og kjøttkonsumet. Bærekraftsrammen forsvarer kjøttproduksjonen ved å si at norsk produksjon av kjøtt er bærekraftig, fordi den gir den beste utnyttelsen av de norske

naturressursene. I tillegg har landbrukssektoren mindre utslipp sammenlignet med andre, og Kombinasjonskua, god dyrehelse og lav bruk av antibiotika plasserer norske kyr på verdenstoppen. Bransjen handler derfor i tråd med verdiene i samfunnet om bærekraft, som også er der rammen tar grep om legitimiteten. Ekspertrammen forsvarer det norske kjøttforbruket ved å påpeke at det ikke er unormalt høyt, men innenfor normalen. Å stole på myndighetene er en viktig verdi i samfunnet, samtidig som myndighetenes råd er basert på anerkjent forskning. Rammen prøver å hente legitimitet ved å lene seg på myndighetene.

I tabell 6.1 er aktørenes rammer og tilhørende legitimitetsgrep satt opp mot hverandre. Elementene kan diskuteres opp mot mediens dekning og analysens identifiserte medierammer, og si noe om hvilken mottakelse aktørenes rammer fikk av mediene.

Tabell 6.1 Aktørenes rammer satt opp mot hverandre

	Reformrammen	Bærekraftsrammen	Ekspertrammen
Problem	Dagens matsystem fungerer ikke godt nok	Det er feil å stemple norsk kjøttproduksjon som klimaversting	Nordmenn anklages for å spise for mye kjøtt
Årsak	Mat er en av de største driverne for helseutfordringer og den viktigste årsaken til klimagassutslipp og miljøødeleggelser	Norsk kjøttproduksjon er bærekraftig	Vi spiser ikke for mye kjøtt, men en mengde som ligger svært nær rådene helsemyndighetene anbefaler
Moralsk vurdering	Vi bør lytte til den beste tilgjengelige forskningen og snu en ødeleggende praksis når vi vet hvordan	Alle må handle så bærekraftig som de kan og utnytte de ressursene de har	Vi må lytte til myndighetenes anbefalinger
Løsning	Enkeltmennesker må spise mer planter og mindre kjøtt og aktører i matsystemet må gjøre sunn mat mer tilgjengelig	Ikke angrip oss	Inntil videre kan vi fortsette å spise slik kostrådene anbefaler - ha et sunt, balansert og variert kosthold
Legitimitetsgrep	Forskning og bærekraft	Bærekraft	Myndighetene/Forskning

Først ut er EAT og Reformrammen, som det ser ut til at mediene tar relativt godt imot. Analysen viser at mediene plukker opp Reformrammen via Omstillingsrammen, og at rammens hovedpoeng kommer frem flere steder. På den andre siden er ikke Omstillingsrammen helt lik EATs ramme, og slik Dan et al. (2019) demonstrerer, plukker ikke alltid mediene opp rammer akkurat slik aktører ønsker. Omstillingsrammen fokuserer mer på selve dietten og dens betydning for enkeltmenneskets tallerken, spesielt med tanke på kjøttkutt, en vinkling som fører til at noen av Reformrammens nyanser forsvinner. I intervjuet med Sletsjøe påpeker han hvordan flere nyanser falt bort og at mye av oppmerksomheten ble rettet mot kjøttet, noe analysen kan underbygge. Analysen av mediernes dekning viser også at en stor andel av artiklene handler om kjøtt, noe som kan tyde på at mediene fremstiller rapporten som en kjøtttrapport, og ikke en matrapport, slik den egentlig er.

Til tross for det peker analysen i retning av at EATs hovedbudskap når igjennom til mediene, og at Reformrammen i stor grad får definere problemet og diskursen rundt (Pan og Kosicki, 2001, s. 36). At EAT får mye spalteplass, ettersom organisasjonen har flest uttalelser og er hovedkilde i flest oppslag, langt flere enn kjøttbransjen, kan tyde på det. I tillegg forteller Sletsjøe at mediernes vinkling på kjøttet ikke var overraskende, og at de 14 grammene rødt kjøtt kan ha gjort det lettere for mediene å skrive om rapporten. Dessuten ser det ut til at EATs budskap kommer frem i flere av sakene, også de som ikke er vinklet på en måte som fremmer Reformrammen.

Det kan være flere grunner til rammens gode mottakelse i mediene. For det første formidler rammen en komplisert sak på en enkel måte, som kan være en fordel (Dan et al., 2019, s. 7). For det andre kan det virke som om rammen hekter seg på verdier mange i samfunnet deler, som bærekraft og ønsket om fremskritt i verden. Slik Dan og Ihlen (2011, s. 382) peker på, er det større sjanse for at en ramme treffer bra om den kan knyttes til delte verdier. Dessuten kan disse verdiene gjøre at rammen oppleves relevant for publikum (Nisbet, 2010), samtidig som den viser at EAT bryr seg om samfunnets beste, og ikke kun egne interesser (Dan et al., 2019, s. 8). For det tredje ser det ut til at rammen oppfyller flere av mediernes kriterier, som aktualitet, sensasjon, identifikasjon, konflikt og elite (O'Neill & Harcup, 2009). Verdensdietten fremstår som sensasjonell, i tillegg til at Gunhild Stordalen i seg selv er med på å gi saken nyhetsverdi. Som tidligere gift med en av Norges mest fremtredende og formuende hotelleiere, Petter Stordalen, har hun vært i mediernes søkelys i flere år. Hun er

utdannet lege, men har også utmerket seg med sitt miljøengasjement. Stordalens status kan dermed ha vært med på å gjøre rapporten kjent i utgangspunktet.

En annen viktig grunn til en slik mottakelse, kan være at rammen *fremstår* som legitim og at organisasjonen lykkes i å fortelle en troverdig historie (Wæraas, 2007). Verdensledende forskning, publisert i et av verdens mest anerkjente medisinske tidsskrifter, er overbevisende. EAT som organisasjon, med Stordalen i spissen, kan i tillegg tilføre budskapet karismatisk legitimitet (Wæraas, 2007, s. 283-284). Alle disse faktorene kan ha gjort rammen enklere for journalister å plukke opp og muligens vært selve inngangsbilletten til bred mediedekning og gjennomslag for Reformrammens viktigste momenter.

En slik tolkning kan se ut til å stemme overens med Sletsjøes inntrykk. Han sier at norske medier var overraskende åpne for budskapet, samtidig som de var overraskende kritiske til ting som ikke hadde med budskapet å gjøre. Han tror blant annet at ikke så mange norske journalister leste rapporten.

Jeg tror flere britiske journalister har lest rapporten enn norske journalister, hvis vi skal ta en sammenligning, for vi fikk helt andre spørsmål fra britiske medier enn fra norske medier. Og man kan si at det kanskje har noe med Gunhild Stordalen å gjøre, men egentlig ikke heller. Man kjørte seg fast i noen konfliktlinjer som kanskje rapporten egentlig ikke mente å si eller sa i det hele tatt De store detaljene forsvant. Det handlet *bare* om kjøtt en stund. (Personlig kommunikasjon, 10. september 2019)

Likevel understreker han at han først og fremst syns norske medier gjorde en god jobb i dekningen og at de fikk frem flere konfliktlinjer. Han trekker spesielt frem Nationens dekning, som han i det store og det hele mener fikk frem et nyansert bilde av mulighetene og utfordringene til norsk landbruk.

Videre følger bransjens to rammer. Det kan se ut til at Bærekraftsrammen også får relativt god mottakelse. Medienes Bærekraftsramme er tilnærmet lik bransjens, som tyder på at mediene plukker opp rammen slik den er. At norsk landbruk, og dermed også norsk kjøttproduksjon, ikke fortjener angrep, kommer frem i mediens fremstilling. Norturas informant uttrykker at Bærekraftsrammens poeng var det viktigste poenget for bransjen å få frem, noe analysen kan vitne om at de lykkes med. Det kan handle om at rammen inneholder elementer som ifølge

litteraturen kan lede til suksess. Bærekraftsrammen bygger for eksempel på verdien om bærekraft. Dessuten oppfyller rammen nyhetskriteriet konflikt, ettersom den er uenig med debattens utgangspunkt. I tillegg danner rammen et bilde av den norske naturen, som mange muligens har et forhold til og kan kjenne seg igjen i. Rammens suksess kan også ha med legitimitetsgrepet å gjøre. Fortellingen om det norske kjøttet fremstår på mange måter ærlig og troverdig (Wæraas, 2007), og den understreker at bransjen opererer i tråd med samfunnets normer (Suchman, 1995).

Bransjens ekspertramme får mindre gjennomslag, ifølge analysen. Som nevnt, opptrer den som regel sammen med Bærekraftsrammen, og den brukes mindre. I mediene fremstilling er det ingen rammer som inneholder Ekspertrammens elementer. Skepsisrammen, som er mer negativ til rapportens løsninger, kan muligens minne noe om Ekspertrammen. Rammen peker på at vi bør finne andre måter å håndtere utfordringene på, ettersom en drastisk diett kan være vanskelig å gjennomføre. Skepsisrammen kan kanskje ses på som et forsvar av dagens kosthold, i likhet med Ekspertrammen, som forsvarer dagens kjøttinntak. Elementene er likevel ikke like, og jeg tolker det ikke slik at mediene plukker opp Ekspertrammen via Skepsisrammen. Det kan henge sammen med at bransjen legger mest vekt på bærekraftspoeng, men rammens legitimitetsgrep kan også ha hatt betydning. Som diskutert, stiller bransjen seg bak norske helsemyndigheter, som ikke nødvendigvis er en fordel.

Bransjens Bærekraftsramme er altså den av bransjens rammer som får god mottakelse i mediene. På den andre siden viser analysen at bransjen har færre uttalelser og er hovedkilde i færre oppslag enn EAT, som kan tyde på at de på mange måter ikke når like godt igjennom. Det kan kanskje henge sammen med at det først og fremst er EATs rapport. Å sammenligne en proaktiv aktør, som lanserer noe, med en reaktiv aktør, som er én av mange stemmer som svarer fra sidelinjen, kan være urettferdig. På den andre siden kunne norske medier vært mer kritiske til EAT-rapporten og gitt kjøttbransjeaktørene mer plass. Det valgte de altså ikke å gjøre. Det kan også se ut til at Bærekraftsrammens poeng først og fremst kommer frem via andre aktører. Det gjelder kanskje spesielt i Nationen, der bønder, forskere og kommentatorer uttaler seg på en måte som fremmer bransjens syn på det norske kjøttet og ressursgrunnlaget. Bransjens poeng kommer dermed frem, men de får selv lite spalteplass. Dessuten kan det se ut som om bransjen mener at mediedekningen kunne vært mer nyansert, som kan vitne om at de ikke helt nådde ut som ønsket. I årsmeldingen til Nortura står det at «... mye av debatten preges av tabloide løsninger hvor man i for liten grad lykkes i å se ting i en sammenheng, og

det enkle svaret for noen simpelthen blir å spise mindre kjøtt» (Nortura SA, 2019c). Informanten i Nortura påpeker det samme i intervjuet, og at det er vanskeligere å nå igjennom med et helhetsperspektiv: «Det er ikke alltid at det passer så godt i en nyhetssak. Men jeg opplever jo også at man innhenter synspunktene våre, absolutt» (personlig kommunikasjon, 10. desember 2019).

Alt i alt ser det ut som at begge aktørene får frem mye av det de i utgangspunktet ønsket å si. Likevel får EATs definisjoner mest plass, ifølge denne analysen. Det er grunn til å tro at rammenes legitimitetsaspekter kan ha hatt betydning for rammekonkurransens utfall. Som diskutert, kan det at Reformrammen vektlegger forskningen gjøre at den stiller sterkt, samtidig som organisasjonens ønske om fremskritt vitner om at de vil samfunnets beste. Kjøttbransjens legitimitetsgrep er ikke nødvendigvis dårlig i seg selv, men i møte med EATs forskning fremstår rammene som mindre legitime.

6.2.1 Beskyttende bransje?

Slik tabell 6.1 viser, «svarer» ikke nødvendigvis bransjens rammer Reformrammen, og etter min mening fremstår bransjens rammer som noe overbeskyttende. Det kan virke som om bransjen starter debatten med å gå hardt og fort ut, uten å lytte. Slik rapporten og diskusjonen i kapitlene ovenfor viser, er ikke nødvendigvis *den norske kjøttproduksjonen* under angrep. Analysen viser at rapporten ikke betyr at norsk landbruk må takke for seg eller at alle land må produsere og spise akkurat det samme. Til tross for det, kan det virke som om bransjen opplever EAT-rapporten som et angrep, og at de dermed inntar forsvarsposisjon. Slik Vaag (2019) beskriver, forsvant bransjen ned i skyttergravene så snart rapporten lå på bordet, og analysen viser at begge bransjens rammer virker benektende i form, som et forsvar av kjøttet. At EAT ikke egentlig angriper, kan gjøre at bransjens reaksjon fremstår som stresset og defensiv, og slik Ashforth og Gibbs (1990) hevder, vil en aktør oppleves mindre legitim jo hardere den jobber. Informanten i Nortura forteller at de i forkant visste at EAT ville komme med rapporten, og at de dermed forberedte seg på henvendelser (personlig kommunikasjon, 10. desember 2019). At ingen visste noe om rapportens innhold før den ble lansert, kan ha gjort forberedelsene vanskeligere. I intervjuet kommer Sletsjøe med betraktninger om bransjens kommunikasjon: «De virket forberedte og bestemt på hva de skulle svare på forhånd. Det er mulig at noen i kjøttbransjen trodde at rapporten skulle være mer radikal enn

den var Og at de ikke helt klarte å justere budskapet sitt» (personlig kommunikasjon, 10. september 2019).

På den andre siden er bransjens reaksjon forståelig. Det handler tross alt om deres virke og inntektsgrunnlag, og mye er dermed på spill. Hvis folk velger å spise langt mindre kjøtt enn de gjør i dag, vil det kunne påvirke salget av kjøttbransjens produkter. I Norturas årsrapport, som ser tilbake på året 2019, trekkes EAT-debatten frem allerede innledningsvis. Debatten karakteriseres som «høylytt, polarisert og preget av sterke følelser», som vitner om at det betyr «... mye for samfunnet vårt, for planeten vår, for dyra våre, for den oppvoksende generasjonen og for deg og meg» (Nortura SA, 2019c, s. 8). Når noen deler av samfunnet i tillegg er skeptiske fra før, er det kanskje ikke rart at bransjen er på alerten. I tillegg kan en lure på om EAT kunne kommunisert enda tydeligere at rapporten er global og at dietten må tilpasses hvert enkelt land, noe Aftenposten (2019) gir inntrykk av i en lederartikkel. Det kan virke som om samfunnet, mediene og kjøttbransjen misforstår rapporten. Dessuten må en ikke glemme at Reformrammen faktisk handler om at verdens matproduksjon sett under ett ikke fungerer optimalt i dag, og at Norge også er inkludert i den beskrivelsen. Selv om EAT anerkjenner den norske kjøttbransjens bærekraftige sider, peker rapporten på at både kjøttproduksjonen og kjøttkonsumet i verden må endres. Norge slipper dermed ikke helt unna, spesielt når det kommer til kjøttforbruk. «... jorda tåler rett og slett ikke at alle i verden begynner å spise som nordmenn. Vi må forholde oss også til det globale bildet og innse at også vi må endre oss», skriver Sletsjøe i sin kronikk i VG (Sletsjøe, 2019).

Likevel kunne debatten kanskje tatt andre retninger om bransjen hadde forventet noe mer til å begynne med. Å fremsnakke *det norske kjøttet* fremfor importert kjøtt, kunne vært én løsning. Slik Norturas informant påpeker, er det udiskutabelt blant de fleste at importert kjøtt har et høyere klimaavtrykk. «En god start vil dermed være at man bytter ut importert kjøtt med å spise norsk kjøtt», bemerker han (personlig kommunikasjon, 10. desember 2019). Det samme kan det virke som Sletsjøe mener, som påpeker hvordan bransjen kunne tatt andre kommunikasjonsgrep. Hans råd til bransjen, som han også skrev i en egen kronikk, «hadde kanskje vært å være litt mindre defensiv og litt mindre i forsvarsposisjon», for han mener det ble mye å ta av for mediene, som er på jakt etter konflikt.

Gitt at mediedynamikken krever litt konflikter, så syns jeg egentlig at kjøttbransjen i Norge – altså da snakker jeg først og fremst om interesseorganisasjonene, ikke nødvendigvis produsentene og bøndene – jeg syns kjøttlobbyen la opp til en konflikt

som var overdreven. Det gjorde at mediene ble blinde for kjøttkonsumpsjonen i Norge. Den er ikke bare produsert i Norge, vi importerer jo ganske mye kjøtt. Det ville man jo fra et miljøstandpunkt slutte med kanskje før man slutter å spise norsk kjøtt. Men den nyansen falt helt bort i debatten. Sånn kommunikasjonsstrategisk tok kjøttlobbyen noen grep som gjorde at det handlet om norsk kjøttproduksjon, ikke om norsk kjøttkonsumpsjon, som ikke er helt det samme, siden vi også spiser kjøtt som er produsert i utlandet. Det er mulig at de så seg tjent med det konfliktnivået. Vi skulle gjerne sett at det var litt lavere. Rett og slett fordi da hadde nyansene kommet frem bedre. (Personlig kommunikasjon, 10. september 2019)

Det er umulig å si hvordan debatten hadde blitt om bransjen hadde gått ut på en annen måte, men slik Sletsjøe indikerer, kan det hende at mediens dekning ville vært mer nyansert og mindre fokusert på konfliktspektet. Bransjens rammer ville muligens også fremstått som mindre benektende i form. En mer anerkjennende tilnærming ville kanskje ha gagnet bransjens legitimitet (Elsbach, 1994), i en tid hvor samfunnet stiller spørsmål. På den andre siden er konfliktrammen en av mediens mest brukte generiske rammer (Semetko & Valkenburg, 2000), og konflikt, sensasjon og identifikasjon er viktige nyhetskriterier (O'Neill & Harcup, 2009). At mediene valgte å legge stor vekt på disse aspektene under debatten er ikke overraskende, og det er grunn til å tro at de ville vinklet debatten på samme måte uansett.

Til tross for disse aspektene, vil jeg karakterisere debatten mellom studiens aktører som relativt rolig, selv om det er tydelig at EAT-rapporten skapte mye debatt generelt. I den analyserte perioden er det kun én kronikkutveksling mellom aktørene, og det er ikke mange steder i datamaterialet de svarer hverandre direkte. Det at EAT hadde mye å gjøre etter lanseringen i Oslo og at de lot forskerne ta seg av mye av snakkingen, kan forklare hvorfor de var mer tilbaketrukne. Sletsjøe forteller i tillegg at organisasjonen ikke var ekstra fokusert på den norske kjøttbransjen: «De var én av veldig mange aktører vi måtte forholde oss til. Det lå ganske langt ned på prioriteringslista vår å bekymre oss for dem. Vår jobb var å legge fakta på bordet, «dette her er det forskningen sier» (personlig kommunikasjon, 10. september 2019). Likevel vil Sletsjøe løfte frem de norske bøndene: «Norske bønder er utrolig omstillingsdyktige og flinke, og fortjener enda mer kred for det enn det de får» (personlig kommunikasjon, 10. september 2019). Han understreker samtidig at han synes landbrukssiden i Norge fikk mer tyn enn nødvendig av media.

Landbruksiden i Norge ble nok kanskje en litt større skyteskive i media enn de hadde trengt å bli. Og det var det egentlig vanskelig for oss å gjøre noe med, fordi igjen, rapporten er på globalt nivå Det var ikke i mandatet å se på Norge spesifikt eller USA spesifikt. Så selv om forskerne gikk inn og sa «ja okei, kanskje er situasjonen litt annen i Norge», så var det vanskelig for oss å ta det i så mye tyngde bak, som vi kunne med der vi faktisk hadde en rapport å slå i bordet med. Så jeg syns at norske bønder fikk uforholdsmessig mye tyn, og den debatten viste at det er behov for mer uavhengig forskning om norsk landbruk og matindustri. (Personlig kommunikasjon, 10. september 2019)

Til slutt viser kapitlene ovenfor at EAT og kjøttbransjen er relativt enige om at den norske kjøttproduksjonen er god i verdenssammenheng, selv om aktørene er uenige om kjøttinntaket. Det ser også ut til at bransjen etter hvert tok innover seg at EAT ikke er ute etter å nedlegge norsk landbruk. I intervjuet påpeker Norturas informant at EAT gir anerkjennelse til deres viktigste poeng: «At Norges produksjon av kjøtt er mer bærekraftig enn de fleste andre land, og at vi har naturgitte forutsetninger for å produsere kjøtt kontra veldig mye annet Selv om de nok mener at vi bør spise litt mindre kjøtt i Norge også» (personlig kommunikasjon, 10. desember 2019).

6.2.2 Når man angripes fra flere hold

Innledningen peker på at oppgaven mer overordnet ønsker å finne svar på hvordan aktører kommuniserer når samfunnet stiller spørsmål ved det de driver med. I denne siste delen av analysen kan det være interessant å drøfte akkurat det.

I arbeidet med oppgaven har viktige spørsmål dukket opp. Stormer det egentlig rundt bransjen? Har de et legitimitetsproblem? Oppgavens innledning kan gi inntrykk av det. Vegetartrenden skyller innover Norge. Influensere, dokumentarer og rapporter, som EAT-Lancet, baner vei for en grønnere handleliste. Likevel er det tydelig at debatten om kjøtt er delt. Tallene vitner ikke om et stort fall i kjøttkonsumet (Kjos et al., 2019) og Norturas omdømme ble ikke nevneverdig svekket i 2019, til tross for mye debatt (Nortura SA, 2020a). Det kan dermed virke som om kjøttbransjen er mer robust enn som så, og at den hverken har svin på skogen eller noe å forsvare. Norturas informant påpeker også at det kan være lurt å ha is i magen, og refererer til egget, som for tjue år siden var den store debatten rundt om i

Europa, men i dag nærmest er friskmeldt: «Det viser også at sannheter eller oppfattelser kan endre seg», (personlig kommunikasjon, 10. desember 2019).

På den andre siden er det ikke til å stikke under stol at mange stiller spørsmål om kjøttets plass i samfunnet, som kan bety at bransjen likevel opplever vedvarende legitimitetsproblemer. Slik Ashforth og Gibbs (1990, s. 183) peker på, lener publikum seg tilbake når de har forsikret seg om at virksomheten opererer på en tilfredsstillende måte. Selv om mange fortsatt spiser kjøtt, ser det ikke ut til at alle i publikum er helt tilbaketrukket. En kan trygt si at debatten om kjøtt har pågått en del år allerede, og det er flere ting som peker i retning av at bransjens legitimitet er mer utfordret nå enn før. Det kan også virke som om bransjen selv har fått med seg at noe er i endring og at etterspørselen etter kjøttprodukter kan avta. I intervjuet forteller Norturas informant hvordan han har merket at diskusjonen rundt klima og rødt kjøtt spesielt har blitt mye større de siste årene. «Vi lever selvfølgelig ikke i et vakuum hvor vi ikke får med oss debatter som er der ute eller er interessert i å gjøre endringer hvis vi kan det», påpeker han (personlig kommunikasjon, 10. desember 2019). Norturas årsmelding for 2019 vitner om det samme.

Vi må ta innover oss at forbruket av animalske produkter fremover kan gå noe nedover. Vi kan ikke produsere mer mat enn det markedet vil ha, og vi må bidra til å opprettholde verdien av kjøttmat slik at både bonden, industrien og handelen har en sunn økonomisk bærekraft. (Nortura SA, 2019c)

Dessuten peker denne studien i retning av at bransjen kan virke mer stresset. Idet EAT-Lancet-rapporten ble lagt på bordet, krøp bransjen ned i skyttergravene, og kommunikasjonen og debattens dynamikk vitner om at de gikk fort og hardt ut, som diskutert. En slik reaksjon kan tyde på at bransjen handlet på bakgrunn av stress og frykt, som kan ha gjort at de fremsto som sensitive og defensive i akkurat denne casen (Ashforth & Gibbs, 1990). Reaksjonen forteller kanskje at kjøttbransjen selv opplever at de er nødt til å forsvare seg.

Det er ikke mulig å sette to streker under svaret i en studie som denne, men studien kan likevel si noe om hvordan den norske kjøttbransjen kommuniserer i akkurat denne casen, når samfunnet tilsynelatende stiller spørsmål og krever svar. Analysen har vist at bransjen prøver å bevise at de fortjener sin plass i samfunnet: De bryter ingen normer eller regler, og de opererer i tråd med en av de viktigste verdiene i samfunnet akkurat nå, bærekraft. Samtidig viser Ekspertgruppen at myndighetenes råd følges. *Hos oss er alt i skjønneste orden*, kan det

virke som om kjøttbransjen prøver å si. Å vise at man opererer i tråd med samfunnets normer for å oppnå legitimitet, sammenfaller med flere studier på feltet (Ashforth & Gibbs, 1990; Elsbach, 1994; Suchman, 1995). Og i likhet med noen av aktørene i Elsbachs (1994) studie, vrir den norske kjøttbransjen kommunikasjonens innhold over på det institusjonelle. Det viser seg å være effektivt, ifølge Elsbach, og fortellingen om at det norske kjøttet faktisk *er* mer bærekraftig enn kjøtt produsert andre steder, er troverdig.

Når det kommer til kommunikasjonens form opptrer ikke bransjen like overbevisende i denne casen, ifølge Elsbachs (1994) observasjoner, som hevder en benektende form er mindre effektivt enn en anerkjennende. Det kan hende at rammenes form kan ha gjort kommunikasjonen mindre legitim i sin helhet, som også kan ha hatt betydning for hvordan mediene plukket opp rammene. Selv om ikke denne studien kan fastslå en slik sammenheng, kan kjøttbransjens kommunikasjon kanskje fortelle at en anerkjennende form er viktig ved vedvarende legitimitetsproblematikk. Slik Elsbach (1994) peker på, er det vanskelig å vri seg unna når samfunnet først har oppdaget at virksomheten gjør noe det ikke liker.

På den andre siden viser ikke denne analysen at kjøttbransjen ikke anerkjenner utfordringene – den peker mer i retning av at de ikke fikk formidlet det godt nok. Det er nemlig flere eksempler på at bransjen fortsetter å gjøre endringer for å holde følge med publikums krav. Informanten i Nortura forteller om interne programmer for å bedre folkehelsen og redusere utslipp og at det kanskje kan være mulig å gjøre kjøttet sunnere for folk og planeten i fremtiden enn det er i dag (personlig kommunikasjon, 10. desember 2019). I tillegg kan det se ut til at mye gjøres på forskningsfronten, for eksempel et prosjekt som undersøker hvilke type surfôr som kan føre til mindre metanutslipp (Zeiner, 2019). Intensjonsavtalen mellom landbruket og Regjeringen vitner også om at klimaspørsmålet tas på alvor. Avtalens mål er å redusere landbrukets utslipp med fem millioner tonn CO²-ekvivalenter i perioden 2021-2030. Avlsarbeid og bedre beiting er blant tiltakene som kan gjennomføres (Landbruks- og matdepartementet, 2019). At bransjen lukker øynene for utfordringene ser dermed ikke ut til å stemme i denne analysen.

At bransjen må fortsette å gjøre det de kan for å fremstå som legitime, er det likevel ingen tvil om. Det er tross alt folket som gir organisasjoner rett til å operere, og å opptre i tråd med samfunnets normer er essensielt for enhver organisasjons overlevelse (Metzler, 2001; Suchman, 1995; Wæraas, 2007).

7 Oppsummering og avslutning

Denne masteroppgaven har undersøkt hvilke tolkningsrammer EAT Foundation, den norske kjøttbransjen og mediene brukte om kjøtt i forbindelse med lanseringen av EAT-Lancet-rapporten, og den mulige betydningen av rammenes legitimitetsaspekter i rammekonkurransen. Jeg har undersøkt casen ved hjelp av en kvalitativ analyse av nyhetsartikler og dokumenter, en kvantitativ innholdsanalyse av 110 artikler og dybdeintervjuer med informanter fra EAT og Nortura. Det hele har blitt gjennomført ved hjelp av teorier om tolkningsrammer, rammekonkurranser og legitimitet. I oppgavens siste kapittel vil jeg oppsummere de viktigste funnene i studien. Jeg vil også understreke oppgavens begrensninger og foreslå hva andre kan forske videre på.

7.1 Hovedfunn oppsummert

Oppgaven har svart på en tredelt problemstilling. For å finne svar på første del, har EAT og den norske kjøttbransjens tolkningsrammer blitt kartlagt. Studien har vist hvordan EATs Reformramme peker på store strukturelle feil ved verdens matsystem, som både enkeltmennesker og aktører sammen må jobbe for å fikse. Det er tydelig at et redusert kjøttforbruk er en viktig del av løsningen, men studien har vist at EAT ikke fremmer en spesifikk ramme om kjøttet. I møte med EATs Reformramme fremmer den norske kjøttbransjen to tolkningsrammer, ifølge studien. Med Bærekraftsrammen peker bransjen på at det er feil å stemple norsk kjøtt som klimaversting når kjøttproduksjon er den mest bærekraftige utnyttelsen av Norges ressurser. Og med friske dyr i verdensklasse, som har lavere utslipp sammenlignet med resten av verden, er det ingen tvil om at den norske kjøttbransjen ikke fortjener kritikk. I tillegg har studien identifisert én ramme knyttet til helse og kosthold, Ekspertrammen. Den forsvarer nordmenns kjøttkonsum i lys av norske helsemyndigheters kostråd. Nordmenns forbruk er innenfor normalen gitt av helsemyndighetene, og siden det er viktig å lytte til myndighetene, kan vi fortsette som før.

Den andre delen av problemstillingen ønsker svar på hvordan mediene dekket saken og hvilke rammer de konstruerte. Analysen viser at landbruksavisen Nationen publiserte svært mange saker sammenlignet med de andre avisene, og at kjøttet fikk stor plass i mediedekningen, til tross for at EAT-rapporten også handler om andre ting. I tillegg viser analysen at EAT får

mest spalteplass av de to aktørene, og at det kan se ut til at EATs budskap når best igjennom, til tross for at mediene ikke plukket opp EATs ramme akkurat slik de ønsket.

Til slutt svarer oppgaven på hvilke grep aktørene gjorde for at rammene skulle fremstå som mer legitime og om det kan ha hatt betydning for rammekonkurransens utfall. EATs ramme søker legitimitet ved å vise til bærekraft, men det viktigste legitimitetsaspektet er likevel forskningen rammen bygger på, EAT-Lancet-rapporten, ledet av verdensledende forskere og publisert i det anerkjente tidsskriftet *The Lancet*. Studien viser at kjøttbransjen tar grep om legitimiteten ved å vise at de opererer i tråd med gjeldende normer og regler i samfunnet, både hva gjelder bærekraft og det å lytte til myndighetenes anbefalinger, basert på forskningen de følger. Selv om begge aktørene tilsynelatende tar grep om legitimiteten ved å vise til bærekraft og forskning, peker analysen i retning av at kjøttbransjens rammer er mer benektende i form, som kan være mindre effektivt for å fremstå som legitim (Elsbach, 1994). Forskningen EATs ramme fremmer, fremstår generelt mer legitim, og det at rammen i tillegg er i tråd med flere nyhetskriterier og at Gunhild Stordalen fronter saken, kan muligens forklare hvorfor EAT fikk mest gjennomslag i mediene.

7.2 Studiens bidrag

Hensikten med denne studien har vært å belyse en liten del av debatten om kjøtt og å bidra til forskning på rammefeltet. Studien kan bli stående som nok et eksempel på en rammekonkurranse og møtet mellom aktørers tolkningsrammer på mediearenaen (Dan et al., 2019; Ihlen & Nitz, 2008; Pan & Kosicki, 2001). Den underbygger funn fra tidligere forskning, som at aktører med høy framingekspertise vil kunne hevde seg i en rammekonkurranse (Dan & Ihlen, 2011) og at mediene ikke alltid plukker opp rammer akkurat slik aktører vil (Dan et al., 2019), og i dette tilfellet – at aktøren likevel kan oppleve suksess, slik EAT i stor grad gjør. Dessuten kan studien bidra til innsikt om hvordan legitimitet kan ha betydning i en rammekonkurranse, noe det er lite kunnskap om fra før.

I tillegg har studiens formål vært å bidra til kunnskap om hvordan aktører kommuniserer når samfunnet stiller spørsmål ved det de driver med. Studien har gitt innsikt i den norske kjøttbransjens kommunikasjon i en tid der flere er skeptiske til kjøttets plass i kostholdet. Selv om studien ikke kan si noe om legitimitetsgrepenes effekt, kan funnene si noe om hva som kanskje kan være styrkende eller svekkende for virksomheter ved vedvarende

legitimitetsproblematikk. Likevel er det viktig å huske at funnene er kontekstuelle og dermed ikke kan overføres til andre situasjoner enn akkurat denne.

7.3 Begrensninger og videre forskning

Denne studien har flere begrensninger. Identifiseringen av rammene er kun basert på min egen tolkning, og slik oppgaven har diskutert, har rammeforskningen flere metodologiske utfordringer (Matthes & Kohring, 2008). Oppgaven begrenser seg til kun å se på et lite utvalg artikler og dokumenter, og det er bare gjennomført to intervjuer. At Nortura er den eneste som representerer kjøttbransjen i intervjuene, begrenser oppgaven ytterligere. Studiens funn kan heller ikke generaliseres. Det å fange kompleksiteten i en så stor debatt har dessuten vært utfordrende. At EAT tar for seg både helse- og miljøaspektet ved kjøttet, men først og fremst fokuserer på verdens matsystem, gjorde det mer komplekst. Studien kunne med fordel tatt for seg en case med kun ett av aspektene i fokus. Denne studien er heller ingen effektstudie. Jeg kan ikke si noe om hvordan aktørenes rammer ble plukket opp av mottakerne. Å inkludere den siste delen av tolkningsrammenes reise kunne gjort studien mer komplett.

Denne studien viser at det er mer behov for forskning på legitimitet og tolkningsrammer. Det er flere stier andre oppfordres til å følge. For det første kan hvordan organisasjoner bruker kommunikasjon i situasjoner hvor legitimiteten må forsvares over lengre tid, og ikke som følge av enkelthendelser, undersøkes nærmere. Per nå er det et noe mangelfullt felt, selv om blant annet Elsbach (1994) byr på interessante innspill. Å gjennomføre effektstudier kan være spesielt interessant. Ettersom samfunnet stadig stiller spørsmål, kan slik forskning bringe nyttig kunnskap for både akademikere og praktikere. En annen mulighet er å følge medienes dekning og innramming av debatten om kjøtt over en lengre tidsperiode, ettersom debatten med stor sannsynlighet vil få mer plass i mediebildet i årene som kommer.

Litteraturliste

- Andersen, S. S. (2013). *Casestudier: forskningsstrategi, generalisering og forklaring* (2. utg.). Bergen: Fagbokforlaget.
- Animalia AS. (2019a, 4. juni). Om Animalia AS. Hentet fra <https://www.animalia.no/no/animalia/om-animalia/>
- Ashforth, B. E. & Gibbs, B. W. (1990). The Double-Edge of Organizational Legitimation. *Organization Science*, 1(2), 177-194. <https://doi.org/10.1287/orsc.1.2.177>
- Beyer, A. (2010). Hvordan studere generiske nyhetsrammer? – Forslag til metodiske forbedringer. *Norsk Medietidsskrift*, 17, 162-178.
- Brinkmann, S. & Kvale, S. (2015). *InterViews: learning the craft of qualitative research interviewing* (3. utg.). Thousand Oaks, California: SAGE Publications.
- Chong, D. & Druckman, J. N. (2007). Framing Theory. *Annual Review of Political Science*, 10(1), 103-126. <https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.10.072805.103054>
- D'Angelo, P. & Kuypers, J. A. (2010). Introduction. Doing News Framing Analysis. I P. D'Angelo & J. A. Kuypers (Red.), *Doing News Framing Analysis* (s. 1-13). New York og London: Routledge.
- Dan, V. & Ihlen, Ø. (2011). Framing expertise: a cross-cultural analysis of success in framing contests. *Journal of Communication Management*, 15(4), 368-388. <https://doi.org/10.1108/13632541111183352>
- Dan, V., Ihlen, Ø. & Raknes, K. (2019). Political Public Relations and Strategic Framing: Underlying Mechanisms, Success Factors, and Impact. I J. Strömbäck & S. Kioussis (Red.), *Political public relations: Principles and applications* (2. utg.). London: Routledge.
- Dyrevelferdsloven. (2009). Lov om dyrevelferd (LOV-2009-06-19-97). Hentet fra <https://lovdata.no/dokument/LTI/lov/2009-06-19-97>
- EAT Foundation. (2019a). *The EAT-Lancet Commission Launch Lecture in Oslo*. Hentet fra <https://www.youtube.com/watch?v=6ZU9kQpXLjA&t=1053s>
- EAT Foundation. (u.å.a). How was the EAT-Lancet Commission funded? Hentet fra <https://eatforum.org/eat-lancet-commission/eat-lancet-funding/>
- EAT Foundation. (u.å.b). What is EAT. Hentet fra <https://eatforum.org/about/who-we-are/what-is-eat/>
- Elsbach, K. D. (1994). Managing Organizational Legitimacy in the California Cattle Industry: The Construction and Effectiveness of Verbal Accounts. *Administrative Science Quarterly*, 39(1), 57-88. <https://doi.org/10.2307/2393494>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. <https://doi.org/doi:10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Forbruksforskningsinstituttet SIFO. (2019, 16. januar). Unge drømmer om grønnsaker, men digger kjøtt. Hentet fra <https://www.oslomet.no/forskning/forskningsnyheter/unge-digger-kjoett>
- Gamson, W. A. & Modigliani, A. (1989). Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach. *American Journal of Sociology*, 95(1), 1-37. <https://doi.org/10.1086/229213>
- Goffmann, E. (1986). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Boston: Northeastern University Press.
- Grønmo, S. (2016). *Samfunnsvitenskapelige metoder* (2. utg.). Bergen: Fagbokforlaget.
- Hallahan, K., Holtzhausen, D., Van Ruler, B., Verčič, D. & Sriramesh, K. (2007). Defining Strategic Communication. *International Journal of Strategic Communication*, 1(1), 3-35. <https://doi.org/10.1080/15531180701285244>

- Helse- og omsorgsdepartementet. (2017). *Nasjonal handlingsplan for bedre kosthold – i korte trekk*. Helse- og omsorgsdepartementet. Hentet fra https://www.regjeringen.no/contentassets/fab53cd681b247bfa8c03a3767c75e66/kortversjon_handlingsplan_kosthold_2017-20212.pdf
- Helsedirektoratet. (2016, 24. oktober). Kostråd fra Helsedirektoratet. Hentet fra <https://www.helsedirektoratet.no/faglige-rad/kostradene-og-naeringsstoffer/kostrad-for-befolkningen>
- Helsedirektoratet. (2019, 9. mars). Nasjonalt råd for ernæring. Hentet fra <https://www.helsedirektoratet.no/om-oss/organisasjon/rad-og-utvalg/nasjonalt-rad-for-ernaering>
- Helsedirektoratet. (2020, 28. januar). Vegetarkost og vegankost: Næringsrikt plantebasert kosthold. Hentet fra <https://helsenorge.no/kosthold-og-ernaering/vegetarisk-kosthold/naringsrik-vegetarkost#Helsegevinster-og-utfordringer-med-vegetarkost-og-vegankost>
- Hertog, J. & McLeod, D. (2001). A multiperspectival approach to framing analysis: A field guide. I S. D. Reese, O. H. Gandy & A. E. Grant (Red.), *Framing Public Life* (s. 139-161). New York og London: Routledge.
- Ihlen, Ø. (2007a). Bærekraftighet: Oljebransjens retoriske utfordring. *Rhetorica Scandinavica*, 18-38.
- Ihlen, Ø. (2007b). *Petroleumsparadiset: norsk oljeindustri strategiske kommunikasjon og omdømmebygging*. Oslo: Unipub.
- Ihlen, Ø., Figenschou, T. U., Larsen, A. G. & Thorbjørnsrud, K. (2015). Behind the Framing Scenes: Challenges and Opportunities for NGOs and Authorities Framing Irregular Immigration. *American Behavioral Scientist*, 59(7), 822-838. <https://doi.org/10.1177/0002764215573254>
- Ihlen, Ø. & Nitz, M. (2008). Framing Contests in Environmental Disputes: Paying Attention to Media and Cultural Master Frames. *International Journal of Strategic Communication*, 2(1), 1-18. <https://doi.org/10.1080/15531180701623478>
- Ihlen, Ø. & Thorbjørnsrud, K. (2014). Tears and Framing Contests: Public Organizations Countering Critical and Emotional Stories. *International Journal of Strategic Communication*, 8(1), 45-60. <https://doi.org/10.1080/1553118X.2013.850695>
- Iyengar, S. (2014). A Typology of Media Effects. I K. Kenski & K. H. Jamieson (Red.), *The Oxford handbook of political communication*. New York: Oxford University Press.
- Kjos, A. K., Nafstad, O., Odden, H., Ruud, T. A., Saltnes, T. & Ytterdahl, M. (2019). *Kjøttets tilstand 2019. Status i norsk kjøtt- og eggproduksjon*. Animalia AS. Hentet fra <https://www.animalia.no/contentassets/3dce35cde68a47b091097fa8c6ec2dd5/kjottets-tilstand-2019.pdf>
- Kleven, Ø. (2016, 15. juni). Nordmenn på tillitstoppen i Europa. Hentet fra <https://www.ssb.no/kultur-og-fritid/artikler-og-publikasjoner/nordmenn-pa-tillitstoppen-i-europa>
- Landbruks- og matdepartementet. (2019, 21. juni). Enighet om klimaavtale mellom regjeringen og jordbruket. Hentet fra <https://www.regjeringen.no/contentassets/ada13c3d769a4c64a0784d0579c092f4/klimaavtale-i-jordbruket.pdf>
- Lindahl, H. (2014). *Godt brasiliansk: En kartlegging av soyaforbruket i norsk landbruk og oppdrettsnæring*. Framtiden i våre hender. Hentet fra <https://www.framtiden.no/aktuelle-rapporter/743-godt-brasiliansk-en-kartlegging-av-soyaforbruket-i-norsk-landbruk-og-oppdrettsnaering/file.html>
- MatPrat. (u.å.). Om MatPrat. Hentet fra <https://www.matprat.no/om-oss/>

- Matthes, J. & Kohring, M. (2008). The Content Analysis of Media Frames: Toward Improving Reliability and Validity. *Journal of Communication*, 58(2), 258-279. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.00384.x>
- Mediebedriftene. (2020). Mediehus Digitalt total. Hentet 20. april 2020 fra [https://www.medietall.no/?liste=mediedata&select_devicetype=Digitalt%20total%20\(PC/M/N\)&periode=2001](https://www.medietall.no/?liste=mediedata&select_devicetype=Digitalt%20total%20(PC/M/N)&periode=2001)
- Metzler, M. S. (2001). The Centrality of Organizational Legitimacy to Public Relations Practice. I R. L. Heath (Red.), *Handbook of Public Relations* (s. 321-334). Thousand Oaks, California: SAGE Publications. <https://doi.org/10.4135/9781452220727>
- Milford, A. B., Le Mouël, C., Bodirsky, B. L. & Rolinski, S. (2019). Drivers of meat consumption. *Appetite*, 141. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2019.06.005>
- Miljødirektoratet. (2020). *Klimakur 2030*. Hentet fra <https://www.miljodirektoratet.no/globalassets/publikasjoner/m1625/m1625.pdf>
- Nationen. (u.å.). Om Nationen. Hentet fra <https://www.nationen.no/om-nationen/>
- Neuendorf, K. A. (2002). *The Content Analysis Guidebook*. Thousand Oaks, California: SAGE Publications.
- Nipen, K. & Hansen, S. B. (2019, 04. januar). Kjøtt har begynt å stinke. *Aftenposten, A-magasinet*, s. 14-27.
- Nisbet, M. C. (2010). Knowledge Into Action: Framing the Debates Over Climate Change and Poverty. I P. D'Angelo & J. A. Kuypers (Red.), *Doing News Framing Analysis* (s. 43-83). New York og London: Routledge.
- Norges Bondelag. (2019). Dyrehelse- og velferd. Hentet fra <https://www.bondelaget.no/dyrevelferd/>
- Nortura SA. (2020a, 24. april). Nortura med solid omdømmemåling. Hentet fra http://www.nortura.no/aktuelle-saker/nortura-med-solid-omdommemaling/?fbclid=IwAR33CGrEppnDi9EcmnldZGkpMXArrBIBkUMdfZL6fwwW5n_nJYR40RoThf8
- Nortura SA. (u.å.). Vedtekter for Nortura SA. Hentet fra <http://www.nortura.no/om/vedtekter/>
- O'Neill, D. & Harcup, T. (2009). News Values and Selectivity. I K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch (Red.), *The Handbook of Journalism Studies* (s. 161-174). New York og London: Routledge.
- Pan, Z. & Kosicki, G. M. (2001). Framing as a Strategic Action in Public Deliberation. I S. D. Reese, O. H. Gandy & A. E. Grant (Red.), *Framing public life: perspectives on media and our understanding of the social world* (s. 35-65). New York og London: Routledge.
- Reese, S. D. (2010). Finding Frames in a Web of Culture. I P. D'Angelo & J. A. Kuypers (Red.), *Doing News Framing Analysis* (s. 17-42). New York og London: Routledge.
- Ritchie, H. & Roser, M. (2017). Meat and Seafood Production & Consumption. Hentet fra <https://ourworldindata.org/meat-and-seafood-production-consumption>
- Scheufele, D. A. & Iyengar, S. (2017). The State of Framing Research. I K. Kenski & K. H. Jamieson (Red.), *The Oxford Handbook of Political Communication* (1. utg.). New York: Oxford University Press.
- Semetko, H. & Valkenburg, P. (2000). Framing European politics: a content analysis of press and television news. *Journal of Communication*, 50(2), 93-109. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2000.tb02843.x>
- Store Norske Leksikon. (2018, 4. mai). reform. Hentet 20. februar 2020 fra <https://snl.no/reform>
- Suchman, M. C. (1995). Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. *The Academy of Management Review*, 20(3), 571-610. <https://doi.org/10.2307/258788>

- Thanem, T. (2019, 30. januar). Vegetartrenden fortsetter å øke: Nå hiver flere produsenter seg på. Hentet fra <https://www.godt.no/artikkel/24551482/vegetartrenden-fortsetter-aa-oeke-naa-hiver-flere-produsenter-seg-paa>
- The International Agency for Research on Cancer. (2015). IARC Monographs evaluate consumption of red meat and processed meat. WHO. Hentet fra https://www.iarc.fr/wp-content/uploads/2018/07/pr240_E.pdf
- Thoring, L. (2018). *Høy pris for billig kjøtt – Forbruk, prisutvikling og klimagassutslipp fra matvarer 1979 – 2016*. Oslo: Framtiden i våre hender. Hentet fra <https://www.framtiden.no/aktuelle-rapporter/837-hoy-pris-for-billig-kjott/file.html>
- Tjora, A. H. (2012). *Kvalitative forskningsmetoder i praksis* (2. utg.). Oslo: Gyldendal akademisk.
- Van Gorp, B. (2007). The Constructionist Approach to Framing: Bringing Culture Back In. *Journal of Communication*, 57(1), 60-78. <https://doi.org/10.1111/j.0021-9916.2007.00329.x>
- Van Gorp, B. (2010). Strategies to Take Subjectivity Out of Framing Analysis. I P. D'Angelo & J. A. Kuypers (Red.), *Doing News Framing Analysis* (s. 84-109). New York og London: Routledge.
- Vreese, C. H. (2005). News framing: Theory and typology. *Information Design Journal*, 13(1), 51-62. <https://doi.org/10.1075/idjdd.13.1.06vre>
- Webber, J. (2020, 4. mai). The 45 vegan documentaries you have to watch. Hentet fra <https://www.livekindly.co/vegan-documentaries/>
- Willett, W., Rockström, J., Loken, B., Springmann, M., Lang, T., Vermeulen, S., ... Majele Sibanda, L. (2019). Food in the Anthropocene: the EAT–Lancet Commission on healthy diets from sustainable food systems. *The Lancet*, 393(10170), 447-492. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(18\)31788-4](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(18)31788-4)
- Wæraas, A. (2007). The re-enchantment of social institutions: Max Weber and public relations. *Public Relations Review*, 33(3), 281-286. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2007.05.007>
- Østbye, H., Helland, K., Knapskog, K., Larsen, L. O. & Moe, H. (2013). *Metodebok for mediefag* (3. utg.). Bergen: Fagbokforlaget.

Refererte medier

- Aftenposten mener: Én diett passer ikke alle [Lederartikkel]. (2019, 21. januar). *Aftenposten*. Hentet fra <https://www.aftenposten.no/meninger/leder/i/gP2xra/aftenposten-mener-en-diett-passer-ikke-alle>
- Ardehali, R. (2019, 18. januar). Glamorous billionaire who funded study telling people they must only eat a quarter of a rasher of bacon a day to save the planet is slammed as hypocrite for jetting around the world in her £20m private PLANE. *DailyMail*. Hentet fra <https://www.dailymail.co.uk/news/article-6605391/Glamorous-billionaire-dubbed-hypocrite.html>
- Bagot, M. (2019, 17. januar). Globe-trotting billionaire behind campaign to save planet accused of blatant hypocrisy. *Mirror*. Hentet fra <https://www.mirror.co.uk/news/world-news/globe-trotting-billionaire-behind-campaign-13872067>
- Berg, C. L. (2019, 17. januar). Splitter politiker-Norge. Sp-topp slakter Gunhilds EAT-rapport: - Bare to egg i uka er spinnvilt! *Dagbladet*. Hentet fra <https://www.dagbladet.no/mat/sp-topp-slakter-gunhilds-eat-rapport---bare-to-egg-i-uka-er-spinnvilt/70661031>

- Bækgaard, J. F. K. (2019a, 19. januar). EAT møter klimakritikken: – Vi kjøper klimavoter ved hver reise. *Nationen*. Hentet fra <https://www.nationen.no/nyhet/eat-moter-klimakritikken-vi-kjoper-klimavoter-ved-hver-reise/>
- Bækgaard, J. F. K. (2019b, 17. januar). Mener EAT-rapporten ikke vil sørge for nedleggelse av norsk landbruk. *Nationen*. Hentet fra <https://www.nationen.no/landbruk/mener-eat-rapporten-ikke-vil-sorge-for-nedleggelse-av-norsk-landbruk/>
- Bækgaard, J. F. K. (2019c, 17. januar). Nortura om EAT-rapport: - En «one size fits all»-løsning som ikke tar hensyn til lokale forhold. *Nationen*. Hentet fra <https://www.nationen.no/landbruk/nortura-om-eat-rapport-en-one-size-fits-all-losning-som-ikke-tar-hensyn-til-lokale-forhold/>
- Bækgaard, J. F. K. (2019d, 17. januar). Ny rapport: Hver nordmann må kutte kjøttforbruket med 100 gram per dag. *Nationen*. Hentet fra <https://www.nationen.no/landbruk/slik-ma-vi-spise-for-a-redde-jorden-og-menneskekroppen/>
- Bækgaard, J. F. K. (2019e, 16. januar). Bondelagene tror ikke norske bønder har noe å frykte i ny EAT-rapport. *Nationen*. Hentet fra <https://www.nationen.no/nyhet/bondelagene-tror-ikke-norske-bonder-har-noe-a-frykte-i-ny-eat-rapport/>
- Bækgaard, J. F. K. (2019f, 15. januar). Nå kommer rapporten som kan forandre landbruket. *Nationen*. Hentet fra <https://www.nationen.no/landbruk/na-kommer-rapporten-som-kan-forandre-landbruket/>
- Dalseg, E. (2019, 17. januar). 37 verdensledende forskere står bak: Gunhilds EAT-rapport sjokkerer: - Kjøttmiddag bare to ganger i måneden. *Dagbladet*. Hentet fra <https://www.dagbladet.no/mat/gunhilds-eat-rapport-sjokkerer---kjottmiddag-bare-to-ganger-i-maneden/70659994>
- Dalseg, E. & Sjuve, C. (2019, 17. januar). EAT-Lancet-rapporten: Slik svarer Stordalen på kritikken. *Dagbladet*. Hentet fra <https://www.dagbladet.no/mat/eat-lancet-rapporten-slik-svarer-stordalen-pa-kritikken/70669027>
- Ertesvåg, O. R. (2019, 17. januar). Ekspert bekymret over Stordalens kostholdsrad. *NRK*. Hentet fra <https://www.nrk.no/norge/ekspert-bekymret-over-stordalens-kostholdsrad-1.14386282>
- Gulbrandsen, L. O. & Sjuve, C. (2019, 16. januar). Forsvarer kjøttet. Forsker: - Gunhild sikter helt feil. *Dagbladet*. Hentet fra <https://www.dagbladet.no/mat/forsker---gunhild-sikter-helt-feil/70659771>
- Vaag, T. H. (2019, 25. januar). Opp av skyttergraven! [Kronikk]. *Nationen*. Hentet fra <https://www.nationen.no/motkultur/debatt/opp-av-skyttergraven/>
- Hatlo, M. (2019, 31. januar). Gunhild Stordalen. Ber folk kutte kjøttinntaket. Selv flyr hun 19 ganger mer enn gjennomsnittsnordmannen. *Dagbladet*. Hentet fra <https://www.dagbladet.no/nyheter/ber-folk-kutte-kjottinntaket-selv-flyr-hun-19-ganger-mer-enn-gjennomsnittsnordmannen/70673867>
- Hotvedt, S. K. (2019, 17. januar). Rapport: Forbruket av kjøtt og sukker må halveres. *NRK*. Hentet fra https://www.nrk.no/norge/rapport_-forbruket-av-kjott-og-sukker-ma-halveres-1.14385856
- Johannessen, N. (2019, 17. januar). Ny rapport lanserer «global diett»: – Inntak av rødt kjøtt og sukker må halveres. *VG*. Hentet fra <https://www.vg.no/forbruker/helse/i/xRoO1n/ny-rapport-lanserer-global-diett-inntak-av-roedt-kjoett-og-sukker-maa-halveres>
- Johannessen, N. & Sandblad, M. (2019, 17. januar). Kjøttbransje-topper reagerer på ny kostholds-rapport: – Ikke mulig. *VG*. Hentet fra <https://www.vg.no/nyheter/innenriks/i/e1pmPl/kjoettbransje-topper-reagerer-paa-ny-kostholds-rapport-ikke-mulig>

- Johannessen, N., Sandblad, M. & Kaalstad, J. E. (2019, 17. januar). Gunhild Stordalen om ny kostholdsrapport: – Vil kreve en enorm omstilling. *VG*. Hentet fra <https://www.vg.no/nyheter/innenriks/i/9manGW/gunhild-stordalen-om-ny-kostholdsrapport-vil-kreve-en-enorm-omstilling>
- Kaalstad, J. E. & Johannessen, N. (2019, 17. januar). Professor om EAT-dietten: – Bekymret for fedme. *VG*. Hentet fra <https://www.vg.no/forbruker/helse/i/P3QmB5/professor-om-eat-dietten-bekymret-for-fedme>
- Knipperud, T. (2019, 23. januar). – Biff bør bli 40 prosent dyrere. *ABC Nyheter*. Hentet fra <https://www.abcnyheter.no/helse-og-livsstil/mat-og-drikke/2019/01/23/195494665/biff-bor-bli-40-prosent-dyrere>
- Krekling, D. V. & Westhrin, V. (2019, 5. februar). Stordalen forsøkte å overbevise FN. *NRK*. Hentet fra <https://www.nrk.no/norge/stordalen-forsokte-a-overbevise-fn-1.14417079>
- Kumano-Ensby, A. L. & Fjeld, I. E. (2019, 19. juni). Bryter loven med vitende og vilje. *NRK*. Hentet fra <https://www.nrk.no/dokumentar/xl/bryter-loven-med-vitende-og-vilje-1.14595066>
- Kvittingen, I. & Kjørstad, E. (2019, 8. august). Ny rapport fra FNs klimapanel: Mindre kjøtt og mer skog må til for å takle klimakrisen. *Forskning.no*. Hentet fra <https://forskning.no/klima-mat-naturressursforvaltning/ny-rapport-fra-fns-klimapanel-mindre-kjott-og-mer-skog-ma-til-for-a-takle-klimakrisen/1364976>
- Lund, J. (2019, 17. januar). Advarsel: Nå kommer kjøttpropagandaen [Kommentar]. *Aftenposten*. Hentet fra https://www.aftenposten.no/meninger/kommentar/i/4dav1o/advarsel-naa-kommer-kjoettpropagandaen-joacim-lund?spid_rel=2
- Meltzer, H. M., Torheim, L. E., Arnesen, E., Øverby, N. C., Mortensen, K. H. & Hjelmæsæth, J. (2019, 28. februar). Mye av kritikken og fordømmelsen av EAT-Lancet-rapporten er basert på misforståelser [Kronikk]. Hentet fra <https://forskning.no/klima-kronikk-mat/mye-av-kritikken-og-fordommelsen-av-eat-lancet-rapporten-er-basert-pa-misforstaelser/1299197>
- NTB. (2018, 9. januar). Én av fire nordmenn planlegger å spise mindre kjøtt. *Dagens Næringsliv*. Hentet fra <https://www.dn.no/helse/helsedirektoratet/en-av-fire-nordmenn-planlegger-a-spise-mindre-kjott/2-1-27248>
- NTB. (2019a, 01. oktober). Kontroversiell studie: Rødt kjøtt ikke så farlig likevel. *Aftenposten*. Hentet fra <https://www.aftenposten.no/okonomi/i/awklja/Kontroversiell-studie-Rodt-kjott-ikke-sa-farlig-likevel>
- NTB. (2019b, 17. januar). Stordalen: - Bærekraftig og sunt kosthold tvinger seg fram. *Aftenposten*. Hentet fra <https://www.aftenposten.no/norge/i/4da05R/stordalen-baerekraftig-og-sunt-kosthold-tvinger-seg-fram>
- Reksnes, D. H. & Ruud, T. A. (2019a, 19. februar). Svarer: – Mener EAT at importert mat er mer bærekraftig? [Kronikk]. *VG*. Hentet fra <https://www.vg.no/nyheter/meninger/i/Qlepg4/svarer-mener-eat-at-importert-mat-er-mer-baerekraftig>
- Reksnes, D. H. & Ruud, T. A. (2019b, 28. januar). Ut mot EAT-rapport: – Ha et variert kosthold, med kjøtt! [Kronikk]. *VG*. Hentet fra <https://www.vg.no/nyheter/meninger/i/zLpGwK/ut-mot-eat-rapport-ha-et-varierte-kosthold-med-kjoett>
- Sjuve, C. & Gulbrandsen, L. (2019, 14. januar). Lanserer unik rapport to dager etter 40-års dagen: Gunhild om diettsensasjonen: - Bedre rustet enn noen gang. *Dagbladet*. Hentet fra <https://www.dagbladet.no/mat/gunhild-om-dietsensasjonen---bedre-rustet-enn-noen-gang/70644088>

- Sjøgren, K. (2018). Enorm utregning: Så ille er kjøtt for miljøet. *Forskning.no*. Hentet fra <https://forskning.no/landbruk-mat-miljo/enorm-utregning-sa-ille-er-kjott-for-miljoet/259128>
- Sletsjøe, S. (2019, 14. februar). EAT svarer på kritikken: – «Alt som før» ikke bra nok når det gjelder mat [Kronikk]. *VG*. Hentet fra <https://www.vg.no/nyheter/meninger/i/3jAnk9/eat-svarer-paa-kritikken-alt-som-foer-ikke-bra-nok-naar-det-gjelder-mat>
- Vogl, B. H. (2019, 17. januar). Bitter Twitter-krangel etter omstridt matrapport. *Nationen*. Hentet fra <https://www.nationen.no/politikk/bitter-twitter-krangel-etter-omstridt-matrapport/>
- Westeng, K. (2019, 17. januar). Gunhild Stordalen om engasjementet for mat: - Det gjør at jeg kommer meg opp om morgenen, uansett hvordan jeg føler meg. *Nettavisen*. Hentet fra <https://www.nettavisen.no/livsstil/gunhild-stordalen-om-engasjementet-for-mat---det-gjor-at-jeg-kommer-meg-opp-om-morgenen-uansett-hvordan-jeg-foler-meg/3423581509.html>
- Westhrin, V. (2019, 10. februar). Gunhild Stordalen forstår kritikken: – Det er et paradoks. *NRK*. Hentet fra <https://www.nrk.no/urix/gunhild-stordalen-forstar-kritikken--det-er-et-paradoks-1.14415587>
- Wig, K. (2019, 16. januar). Kjøttlobbyen mobiliserer før Gunhild Stordalen-rapport. *E24*. Hentet fra <https://e24.no/naeringsliv/i/4da0rR/kjoettlobbyen-mobiliserer-foer-gunhild-stordalen-rapport>
- Zeiner, H. (2019, 28. januar). Skal forske seg fram til klimavennlig grovfôr. *Nationen*. Hentet fra <https://www.nationen.no/aktuelt/landbruk/skal-forske-seg-fram-til-klimavennlig-grovfor/>

Dokumenter

- Animalia AS. (2019b, 21. januar). Hvordan skal vi produsere nok mat til en voksende befolkning? Hentet fra https://www.animalia.no/no/animalia/aktuelt/barekraft/?fbclid=IwAR0Y4c6YWHr8fXVJzDd5WexiZJMnQ5-3ebsuoSC70VlwTVkKfJ1_GU5R91c
- Animalia AS. (2019c, 4. januar). Selvforsyning. Hentet fra <https://www.animalia.no/no/samfunn/selvforsyning/>
- EAT Foundation. (2019b). *Can Healthy Food save the planet?* [Facebook-post]. Hentet 1. mars 2020 fra <https://www.facebook.com/eatforum/posts/can-healthy-food-save-the-planet/1271043653046378/>
- EAT Foundation. (2019c). *Coming Together to Fix Food*. Hentet fra <https://eatforum.org/learn-and-discover/food-wont-fix-anything-until-we-come-together-to-fix-food/>
- EAT Foundation. (2019d). *EAT Annual Review 2018*. Hentet fra https://eatforum.org/content/uploads/2019/06/Annual_review_dokument_2018_WEB.pdf
- EAT Foundation. (2019e). *Iman Meskini's message* [Facebook-post]. Hentet 1. mars 2020 fra <https://www.facebook.com/eatforum/videos/991838807674697/?v=991838807674697>
- EAT Foundation. (2019f). *Summary Report of the EAT-Lancet Commission. Healthy Diets From Sustainable Food Systems. Food. Planet. Health*. Hentet fra https://eatforum.org/content/uploads/2019/07/EAT-Lancet_Commission_Summary_Report.pdf
- MatPrat. (2019a, 16. januar). Derfor er norsk kjøtt bærekraftig. Hentet fra <https://www.matprat.no/artikler/matproduksjon/derfor-er-norsk-kjott-barekraftig/>

- MatPrat. (2019b, 10. januar). Kjøttets plass i et plantebasert kosthold. Hentet fra <https://www.matprat.no/artikler/ernaring/kjottets-plass-i-et-plantebasert-kosthold/>
- MatPrat. (2019c). *Rødt kjøtt - klimaversting eller nødvendig?* [YouTube-film]. Hentet 6. februar 2020 fra <https://www.youtube.com/watch?v=GvAi9fKwzml>
- MatPrat. (2020, 1. april). Kan vi spise kjøtt og likevel ta vare på kloden? Hentet fra <https://www.matprat.no/artikler/matproduksjon/kan-vi-spise-kjott-og-likevel-ta-vare-pa-kloden/>
- Nortura SA. (2019a). *Heia kombikua* [Instagram-post]. Hentet 3. februar 2020 fra <https://www.instagram.com/p/Bs-xzRPg734/>
- Nortura SA. (2019b, 21. januar). Vi skal nå klimamålene - med verdens friskeste dyr og laveste klimaavtrykk. Hentet fra <http://www.nortura.no/aktuelle-saker/vi-skal-na-klimamalene---med-verdens-friskeste-dyr-og-laveste-klimaavtrykk/>
- Nortura SA. (2019c). *Årsmelding 2019*. Hentet fra https://www.nortura.no/globalassets/nortura_aarsmelding_2019_web.pdf
- Nortura SA. (2020b). *Samfunnsrapport 2019*. Hentet fra http://www.nortura.no/siteassets/arsrapporter/andre-rapporter/nortura_samfunnsrapport_2019_a5.pdf

Vedlegg

Vedlegg 1. Kodebok for kvantitativ innholdsanalyse.

Variabelnavn	Kategorier	Beskrivelse
V1: Nummer	Starter på 1.	Tekstens identifikasjonsnummer og tittel
V2: Tittel	Sakens tittel	Overskrift
V3: Dato	dd.mm.åå	Hvilken dato ble teksten publisert i nettavis?
V4: Avis	Avis	Navn på publikasjonen
	1) Aftenposten	
	2) NRK	
	3) VG	
	4) Dagbladet	
	5) Nationen	
	6) Nettavisen	
	7) Dagens Næringsliv	
	8) E24	
	9) ABC Nyheter	
	10) TV2	
V5: Sjanger	Hvilken sjanger er teksten?	Hvilken journalistisk sjanger tilhører teksten?
	1) Nyhetsartikkel	Vanlig nyhetsstoff
	2) Innsendt stoff	Leserinlegg, meninger, debattinnlegg
	3) Redaksjonelt meningsbærende stoff	Leder, kommentar, anmeldelse
V6: Hovedtema	Hva er artikkelens hovedtema?	Hvilket tema er mest fremtredende? Ett tema per sak, basert på tittel og ingress ved usikkerhet
	1) EAT-Lancet-rapporten	Lansering, innholdet i helhet, kritikk, ros, diskusjon
	2) Kjøttkonsum og/eller kjøttproduksjon	Bærekraft, miljøutfordringer, klimaavtrykk, helse, sykdommer, forbrukerrelatert, plantebasert kosthold
	3) Norsk landbruk	Politikk, produksjon, husdyrhold, beite, subsidier
	4) Kjøttbransjen/kjøttlobbyen	Bransjen som helhet, markedsføring, kritikk, ros
	5) EAT/Gunhild Stordalen	EAT som organisasjon, Gunhild Stordalen som person, kritikk, ros
	6) Annet	Alt som ikke passer inn i boksene over
V7: Kilder	Hvilke kilder uttaler seg i saken?	Alle kilder med sitater. Nye kilder kan legges til underveis i kodingen hvis nødvendig
	1) EAT	
	2) Nortura	
	3) Politiker	Politikere fra alle partier
	4) Ekspert/forsker/analytiker	
	5) Redaksjon/journalist	
	6) Norges Bondelag	

7) Andre bondeorganisasjoner	Norsk Landbrukssamvirke, Norsk Bonde- og Småbrukarlag, Økologisk Norge
8) Miljøorganisasjon	Framtiden i våre hender, Natur og Ungdom, Greenpeace
9) Virksomhet/produsent	Bønder, Matvett, (ekskludert Nortura), Orkla Foods, Tine
10) Dagligvarebransjen	
11) Myndighet/offentlig forvaltning	Helsedirektoratet, Folkehelseinstituttet osv.
12) MatPrat	
13) Animalia	
14) Dyrevernorganisasjon	Dyrevernalliansen, Dyrebeskyttelsen
15) Privatperson	Privatperson uten tilhørighet til virksomhet eller organisasjon
16) Andre interesseorganisasjoner kjøtt	Tyr
17) Ingen	
Hvem er hovedkilde i saken?	Kilden som er mest fremtredende. Har flere uttalt seg, men omtrent like mye, velges den første kilden
1) EAT	
2) Nortura	
3) Politikere	Politikere fra alle partier
4) Ekspert/forsker/analytiker	
5) Redaksjon/journalist	
6) Norges Bondelag	
7) Andre bondeorganisasjoner	Norsk Landbrukssamvirke, Norsk Bonde- og Småbrukarlag, Økologisk Norge
8) Miljøorganisasjon	Framtiden i våre hender, Natur og Ungdom, Greenpeace
9) Virksomhet/produsent	Bønder, Matvett, produsenter (ekskludert Nortura)
10) Dagligvarebransjen	
11) Myndighet/offentlig forvaltning	Helsedirektoratet, Folkehelseinstituttet osv.
12) MatPrat	
13) Animalia	
14) Dyrevernorganisasjon	Dyrevernalliansen, Dyrebeskyttelsen
15) Privatperson	Privatperson uten tilhørighet til virksomhet eller organisasjon
16) Andre interesseorganisasjoner kjøtt	Tyr
17) Ingen	

V8: Hovedkilde

Vedlegg 2. Intervjuguider.

Intervjuguide Nortura

- Hva er stillingsbeskrivelsen din?
- Hvor lenge har du jobbet i Nortura?
- Hvordan har dere opplevd det økende fokuset rundt det å spise mer plantebasert?
- Har Nortura en overordnet kommunikasjonsstrategi for håndteringen av den økende kritikken rettet mot kjøttindustrien?
 - Hvis ja, kan du si litt om den? Eksempler?
- En artikkel i E24 fastslo at kjøttbransjen mobiliserte i forkant av publiseringen av EAT-Lancet-rapporten. Hadde dere en kommunikasjonsstrategi spesifikt knyttet til lanseringen?
 - Hvis ja, kan du fortelle litt om den? Hvis ja, hvorfor? Eksempler?
- Var dere bekymret for innholdet i rapporten før den ble lansert?
 - Hvis ja, på hvilken måte?
- Etter å ha gått igjennom noe av mediedekningen, virker det som dere går relativt hardt ut i debatten, både defensivt (eks. kjøtt er sunt, norsk kjøtt er klimavennlig) og offensivt (eks. EAT-dietten er urealistisk, dårlig metode). Kan du si litt om det?
- Kan du si litt om hvordan Nortura jobber med mediene for å fremme sine synspunkter på en best mulig måte?
 - Har du noen konkrete eksempler?
 - Kan du si litt om hvordan dere jobbet spesifikt overfor mediene etter lanseringen av rapporten?
- Bør vi spise like mye kjøtt i Norge som vi gjør i dag?
- Hvorfor kan og bør nordmenn fortsette å ha et slikt kosthold de har i dag, der kjøtt er inkludert i relativt store mengder?
- Hvorfor er det riktig å fortsette å spise kjøtt slik vi gjør i dag? (Dyr/mennesker, fremtidige generasjoner, naturlandskap/kultur)
- Hva tror du er løsningen på kjøttdebatten? Utdyp.
- Hvorfor tror du mediene er så interessert i å skrive om kjøttkonsum og vegetarmat?
- Opplevde du mediene som kritiske eller støttende til deres side av saken?
- Hvilke vinklinger var enklest å få gjennomslag for?
 - Eksempler.
 - Hvorfor tror du akkurat *den/disse* vinklingen fikk gjennomslag?
- Opplevde du at mediene la opp til konflikt mellom dere og EAT i debatten?
 - Hvis ja, hvordan?
- Hvordan opplevde du EAT sin kommunikasjon etter lanseringen?
- EAT har poengtert at The Planetary Health Diet er en global diett, som må tilpasses lokalt. Hva tenker du om det?
- EAT hevder at man kan ha et fullverdig og næringsrikt kosthold med et minimalt inntak av kjøtt. Hva tenker du om det?

- I en kronikk i VG skriver blant annet EAT at vi ikke kan la ting være «som før», for slik det er nå, oppnår vi ikke klimamål eller begrenser epidemien av kostholdsrelaterte sykdommer. Kan du kommentere den kritikken?
- EAT har blant annet sagt at en endring «vil innebære en tilbakegang til en meny som er ganske lik den vi hadde på 50-60-tallet. Det er altså ikke noe helt nytt». Kan du si litt om det utsagnet?
- Var det noe dere i etterkant av debatten tenkte dere kunne gjort eller kommunisert annerledes?
 - Hvis ja, hva og hvorfor?
- Hva betyr legitimitet for deg?
- Hvordan vil du si at et selskap oppnår legitimitet?
- Er din oppfatning at Nortura har legitimitet blant det norske folk?
 - Hvis ja, hvorfor? Hvilken posisjon har kjøttbransjen i Norge i dag?
- En strategi for å oppnå legitimitet kan være å spille på identifikasjon, slik at publikum kjenner seg igjen i organisasjonen. Hvordan har dere tenkt rundt akkurat det?
- I et kommentarfelt leste jeg en som skrev «Eliten liker å ta maten fra folket». Hva tenker du om den påstanden? Er Nortura/kjøtt for folk flest og EAT/vegetarianere en del av Oslo-eliten?
 - Hvis ja, er det noe dere har prøvd å gjenspeile i kommunikasjonen?
- Kjøttskam ligger på tredjeplass over årets nyord. Hva tenker du om det?
- Har du noen strategidokumenter du har muligheten til å dele med meg? (I så fall for å utfylle analysen og det er kun utdrag som vil bli presentert)
- Er det noe du har lyst til å legge til?
- Er deg greit for deg at jeg kontakter ved via mail eller telefon med eventuelle tilleggsspørsmål?

Intervjuguide EAT

- Hva slags stilling har du i EAT Foundation?
- Hvor lenge har du jobbet i EAT?
- Hvorfor mener du at vi bør spise mindre kjøtt?
- Hvordan tror du nordmenns kjøttspisevaner vil være i årene som kommer?
- Har EAT hatt en overordnet kommunikasjonsstrategi for offentliggjøringen av EAT-Lancet-rapporten?
 - Hvis ja, kan du fortelle litt om den?
- Hvorfor tror du mediene har vært så interessert i å skrive om rapporten?
- Opplevde du mediene som kritiske eller støttende til rapporten?
 - Hvordan opplevde du medienes tilbøyelighet til å «få på» en sak deres ønsket at de skulle skrive om?
- Hvilke problemer mener du vi står overfor hvis vi *ikke* endrer måten vi spiser og produserer mat på? Utdyp.
 - Fra et økonomisk perspektiv?
- Hva vil du si er årsaken til problemene knyttet til mat og matproduksjon? Utdyp.
- Nordmenn spiser jo ganske mye kjøtt sammenlignet med andre steder i verden. Hvorfor tror du det er sånn?

- Hvorfor er det moralsk feil å fortsette å produsere og spise mat slik vi har gjort de siste årene? Utdyp.
- Hvorfor tror du mange nordmenn tenker at det er greit å fortsette å spise mye kjøtt?
- Hvorfor tror du mange nordmenn nå ønsker å legge om til et mer plantebasert kosthold?
- Hvordan mener du vi kan løse problemene? Utdyp.
- Hvordan opplevde du motstanderne, i dette tilfellet kjøttbransjen, sin kommunikasjon etter lanseringen av rapporten?
- Opplevde du at mediene la opp til konflikt mellom dere og kjøttbransjen i debatten?
 - Hvis ja, hvordan?
- En artikkel i E24 fastslo av kjøttindustrien mobiliserte før lanseringen av rapporten. Var dere klar over det?
 - Hvis ja, hvordan forberedte dere dere på kritikken?
- Noen av kritikken handlet om at dietten er vanskelig å gjennomføre i praksis. Direktøren i MatPrat, Dag Henning Reksnes, kalte blant annet dietten for «urealistisk» (i VG), og SP-topp Geir Pollestad uttalte at «bare to egg i uka er spinnvilt!» (Dagbladet, 17.01). Kan du si litt om den kritikken, om at dette er en diett som det er vanskelig å gjennomføre for enkeltmennesker?
- Norturas assisterende kommunikasjonsdirektør, Eskil Pedersen, uttalte følgende til VG: – Folk må få spise hva de vil, og jeg ønsker ikke å være et kostholds-politi. Hva tenker du om det?
- Noe av kritikken handlet om at man ikke kan sammenligne norsk kjøtt med kjøtt fra andre land, fordi det norske kjøttet er mer bærekraftig. Kan du kommentere den kritikken?
- Noen fryktet også for det norske kulturlandskapet, at Norge vil gro igjen hvis vi ikke har dyr som beiter. Hva mener du om den kritikken?
- Flere professorer ved Norges miljø- og biovitenskapelige Universitet kommenterte at de var bekymret, fordi man vil gå glipp av viktige næringsstoffer ved å følge dietten. Hva tenker du om den kritikken?
- Hvordan syns du norsk kjøttbransje håndterte situasjonen i tiden etter at rapporten ble lansert?
- Hva tenker du om påstanden «Nortura og kjøttbransjen representerer *hele* Norge som nasjon. EAT representerer kun Oslo-eliten»?
- Hva betyr legitimitet for deg?
- Hvordan vil du si at et selskap oppnår legitimitet?
- Er din oppfatning at EAT har legitimitet blant det norske folk?
 - Hvis ja, hvorfor?
- En kort stund etter rapporten ble lansert, ble Gunhild kritisert for å kjøre privatfly og å leve et «milliardær-liv» på fritiden. Kan du kommentere den kritikken?
 - Gjorde dere noen grep for å snu den negative omtalen? I så fall, hvilke?
- Hvordan tror du EAT og Stordalens ressurser og nettverk kan ha noe å si for organisasjonens legitimitet?
- Lancet er kanskje et av verdens mest prestisjetunge medisinske tidsskrifter. Kan du si litt om hvordan dere fikk akkurat de med på laget?
- Er det noe du har lyst til å legge til?
- Er deg greit for deg at jeg kontakter deg ved eventuelle tilleggsspørsmål?

Vedlegg 3. Eksempler på rammer.

Eksempel Reformrammen, ABC Nyheter 17.01.19.

Helse

Rapport: Forbruket av kjøtt og sukker må halveres

Skal man ha et sunt og bærekraftig kosthold i 2050, må kjøttforbruket halveres, kommer det fram i en rapport fra EAT-Lancet-kommisjonen.

NTB

17. jan. 2019 01:53 – Oppdatert 17. jan. 2019 10:47

Del (9)

Tweet

Epost

Kopier lenke

Denne artikkelen er over ett år gammel og kan inneholde utdatert informasjon

Organisasjonen EAT, som ble grunnlagt av Gunhild Stordalen, har i samarbeid med det medisinske tidsskriftet Lancet sett på hva som må til for å fø jordas antatte befolkning på ti milliarder i 2050.

De mener det må store endringer til.

I rapporten som ble offentliggjort en halvtime over midnatt natt til torsdag, kommer det fram at det globale forbruket av mat som rødt kjøtt og sukker må reduseres med om lag 50 prosent, mens forbruket av nøtter, grønnsaker og belgfrukter må doubles.

Målet er at kostholdet totalt skal ha et kaloriinntak på omtrent 35 prosent fullkost og rotgrønnsaker, proteinkilder hovedsakelig fra planter, i tillegg til omtrent 14 gram rødt kjøtt og 500 gram grønnsaker per dag.

Les også: Enorm utregning: Så ille er kjøtt for miljøet

Platebaserte råvarer

– Verdens kosthold må forandres drastisk. Fler enn 800 millioner mennesker opplever matmangel, og enda flere har et svært usunt kosthold som bidrar til tidlig død og sykdom, sier Dr. Walter Willet i en pressemelding. Han er en av to hovedforfattere bak rapporten.

– Sunt kosthold må ha et tilpasset kaloriinntak og bestå av varierte, platebaserte råvarer, små mengder animalsk basert mat, umettet fett fremfor mettet, og lite raffinert korn, prosessert mat og tilsatt sukker, tilfører han.

Les også: Gunhild Stordalen oppfordrer til global matdugnad

Må tilpasses

Det kommer fram i rapporten at målene må tilpasset lokalt. For eksempel spises det i Nord-Amerika nesten 6,4 ganger med den anbefalte mengden kjøtt, mens land i Sør-Asia kun spiser halvparten av den anbefalte mengden.

Alle verdens land spiser mer stivelsesholdige grønnsaker, som for eksempel potet, enn anbefalt, ifølge rapporten. Størst er overforbruket i Afrika sør for Sahara hvor det er 7,5 ganger mer enn anbefalt.

Jordbruksrevolusjon

– Dette er ingenting mindre enn en ny, global jordbruksrevolusjon. Det finnes ingen mirakelkur for å bekjempe skadelig matproduksjonspraksis, men ved å definere og kvantifisere trygge operasjonelle rammer for matsystemer kan vi identifisere kosthold som vil ivareta menneskers helse og støtte opp under miljø og bærekraft, sier den andre hovedforfatteren, Johan Rockström.



EAT-Lancet-kommisjonen er et treårig prosjekt som har samlet 37 eksperter fra 16 land med kompetanse innen helse, ernæring, bærekraftig miljø, matsystemer, økonomi og politisk styring.

De mener at mangelen på vitenskapelig mål for sunne kosthold har begrenset initiativene for å forbedre matsystemet.

Nortura om EAT-rapport: - En «one size fits all»-løsning som ikke tar hensyn til lokale forhold

Eskil Pedersen i Nortura mener diett-rapporten til EAT ikke tar hensyn til lokale forhold. Børre Solberg i Økologisk Norge ønsker debatten velkommen, men savner en konkret beskrivelse av endringene i produksjonsmåten under norske forhold.



Vi må spise mindre kjøtt fra storfe mener forskerne bak EAT-rapporten. Nortura er ikke enig, og trekker frem at antallet kombinasjonskuer i Norge gjør kjøttproduksjonen mer miljøvennlig. Foto: Bjarne Bekkheien Aase

Jon-Fredrik Bækgaard Klausen

Publisert: 17.01.19, 17:01

Oppdatert: 21.11.19, 11:42

Natt til torsdag kom EAT-rapporten som sier at verdens befolkning må halvere kjøttforbruket, til 13 gram per dag, samt doble inntaket av frukt og grønt. På denne måten mener de man kan redde både jorden og menneskekroppen.

Les også: EAT-rapportens virkelige kjøttbombe

Assisterende kommunikasjonsdirektør i Nortura, Eskil Pedersen, mener dette er en løsning som ikke vil fungere.

– Dette er en «one size fits all»-løsning, der man ser på et gjennomsnitt på kloden uten at man ser på forutsetningene ulike land har for å produsere mat. Norge ligger så langt mot nord at to tredeler av våre arealer kun kan brukes til gressproduksjon, og fordi mennesker ikke kan spise gress, må disse områdene brukes til beitedyr som gir oss kjøtt.

Les også: – Vi trenger ny kunnskap, også når den utfordrer oss

Fakta

Dette er hovedpunktene i EAT-rapporten

- Å fø en befolkning på 10 milliarder mennesker innen 2050 sunne og bærekraftige kosthold vil være umulig uten å endre matvaner, forbedre matproduksjon og redusere matavfall – men forandring er mulig, ifølge de første vitenskapelige målene for et sunt og bærekraftig matsystem.
- Et slikt kosthold har et totalt kaloriinntak på omtrent 35 % fullkorn og rotgrønnsaker, proteinkilder hovedsakelig fra planter – i tillegg omtrent 14g rødt kjøtt og 500g grønnsaker og frukt per dag.
- Usunt kosthold er blant de fremste årsakene til dårlig helse verden over og ved å følge The planetary Health diet er det mulig å forhindre omtrent 11 millioner for tidlige dødsfall per år.
- Dette kostholdet holder seg innenfor planetens tålegrenser for matproduksjon, der iblant bruk av landarealer, næringsstoffer, ferskvann og reduksjon i det biologiske mangfold og klimaendringer.

Han trekker fram at norsk kjøttproduksjon er langt mer miljøvennlig enn produksjon ellers i verden.

– Vi forholder oss til myndighetenes kostholdsrad, der man anbefaler inntil 500 gram rødt kjøtt i uka. For hvitt kjøtt er det ingen begrensning. Jeg tenker folk skal få spise hva de vil, og kjøtt er en naturlig del av et variert kosthold for de aller fleste.

Les også: Ny rapport: Vi kan kun spise to kjøttmiddager i måneden i fremtiden

– Må knyttes til norske forhold

Børre Solberg i Økologisk Norge mener man må vurdere rapporten, og se hvordan man kan knytte denne til norske forhold. Nordisk Råd har blant annet sett på dette i sin rapport Future Nordic Diets. Han mener det er gode muligheter for å produsere mer av både korn, proteinvekster og grønnsaker.

– Vi importerer mye, men har mulighet til å produsere mer selv. For å få til dette må det en mer offensiv politikk til. Vi har ingen politikere som fronter et redusert forbruk av kjøtt. Forutsetningen for at vi skal få til dette krever at noen går foran.

Han har lest oppsummeringen av rapporten, og savner tiltak fra EAT om hva som må til i Norge for å kunne følge dietten som presenteres i rapporten.

– De naturgitte forholdene i Norge legger føringer på hva vi selv kan produsere. Husdyrproduksjonen må baseres på de ressursene vi har i Norge. Skal nordmenn spise mere korn, frukt, grønt og belgvekster må mere dyrket mark brukes til det.

Les også: EAT rapporten er ikke fasit

Både Solberg og Pedersen trekker fram at kombinasjonskua, som både gir kjøtt og melkeprodukter, vil være en viktig del av utviklingen i framtiden.

Mener norsk landbruk er gode på utslippskutt

Pedersen i Nortura er enig i at klimautslippene må senkes, men er ikke enig i at å kutte kjøttproduksjonen er riktig vei å gå.

– Norsk landbruk har vist vei, sammenlignet med andre næringer, og norsk kjøtt har betydelig lavere klimaavtrykk enn i mange land. Vi er helt enig i at vi skal redusere klimautslippene ytterligere og det jobber Nortura og resten av bransjen for. Bøndene er jo de som virkelig merker klimaendringene, slik som i sommer.

Så store kutt som det foreslår her er imidlertid Solberg ikke enig i.

– Kjøttforbruket er for høyt og kutt har en stor klimaeffekt. Produksjonsmåten blir her svært avgjørende. Hvor mye kjøtt som er bra for helsen blir diskutert av ernæringseksperter. Jeg tror dette vil bli en av debattene framover. I denne rapporten har de skjært alle over en kam, men det vil blant annet være genetiske forskjeller.

Fakta

Dette er EAT

- Et selskap som eies av Stordalen Foundation, Stockholm Resilience Center og Wellcome Trust.
- Skapt og ledes av Gunhild Stordalen.
- Startet opp i 2013.
- Selskapet holder til i Norge.
- Forsker på matsystemer, og hvordan disse må endres for å bremse klimaforandringene.
- Dietten som presenteres i rapporten skal: redusert global oppvarming, minsket tap av biologisk mangfold, sørge for færre forstyrrelser av nitrogen- og fosforsykluser, og lavere bruk av vann- og arealressurser



Kjøttbransje-topper reagerer på ny kostholds-rapport: – Ikke mulig

Kjøttbransjen mener den anbefalte «globale dietten» til Gunhild Stordalens forskersteam ikke er realistisk eller gjennomførbar. Norsk landbruk er allerede bærekraftig, mener de.

Av **NANNA JOHANNESSEN** og **MATTIS SANDBLAD (FOTO)**
Oppdatert 17. januar 2019



Artikkelen er over ett år gammel

I forkant av at rapporten ble publisert natt torsdag ble det kjent at kjøttlobbyen mobiliserte med en plan om å «nyansere budskapene» og avdekke «faglige svakheter» i forskningen, viser et internt dokument E24 har fått tilgang til.

- Selv om det ikke overrasker, synes vi det er trist at kjøttbransjen forsøker å mislede forbrukere, svarte Gunhild Stordalen E24 etter å ha blitt informert om dokumentet.

Til sammen har 37 verdensledende forskere fra 16 land jobbet med å finne en felles vitenskapelig konsensus om hva et sunt og bærekraftig kosthold består av, og hvordan vi kan produsere nok sunn mat til å fø 10 milliarder mennesker innen 2050. Den offisielle lanseringen av rapporten foregår torsdag formiddag.

Les også: [Kjøttlobbyen mobiliserer før Stordalen-rapport](#)



EAT-RAPPORT: Det er Gunhild Stordalens EAT-organisasjon som sammen med det anerkjente tidsskriftet The Lancet har skrevet en rapport som ser på hvordan man kan sikre jordens befolkning et sunt og bærekraftig kosthold i fremtiden, som blant annet innebærer en reduksjon i kjøtt-inntaket. Foto: MATTIS SANDBLAD/VG

Den «globale dietten» har fått navnet the planetary health diet, og vil ifølge forskerne føre til mindre forekomst av overvekt, fedme og livsstilssykdommer, samt redusert global oppvarming, minsket tap av biologisk mangfold, færre forstyrrelser av nitrogen- og fosforsykluser, og lavere bruk av vann- og arealressurser.

Bakgrunn: [Ny rapport lanserer «global diett»: – Inntak av rødt kjøtt og sukker må halveres](#)

LES OGSÅ

Gunhild Stordalen om sin «nye» livsstil: – Føler meg bedre

Reagerer på flere punkter

Matprat-direktør Dag Henning Reksnes i Matprat avviste onsdag at bransjen vil «mislede forbrukerne».

artikkelen fortsetter under annonsen

Til VG sier han torsdag at han vil rose initiativet til EAT-Lancet-kommisjonen, selv om han stiller spørsmål ved en rekke punkter i forskernes konklusjoner.

LES OGSÅ

Gunhild Stordalen om ny kostholdsrapport: – Vil kreve en enorm omstilling

– Jeg synes det er prisverdig, og absolutt nødvendig at man ser på hvordan vi skal møte klimautfordringer, og hvordan vi skal fø verdens befolkning fremover. Samtidig er det en del påstander og konklusjoner i rapporten som vi registrerer, men stiller spørsmål ved, sier Reksnes til VG torsdag morgen.

LES OGSÅ

Obama-familiens private kokk: Forbrukerne må ta sunnere matvalg

Han understreker at han ikke har lest rapporten fra start til slutt, men at han har fått med seg hovedfunnene oppsummert:

– Norsk jordbruk er allerede bærekraftig, og vi jobber hele tiden med å gjøre norsk matproduksjon enda mer bærekraftig, både med avl, før, gårdsdriften og når det gjelder klimagassutslipp. Å skulle dele disse utfordringene med en felles diett for alle land vil være en krevende øvelse. Alle land har ulike ressursgrunnlag, og en bærekraftig produksjon forutsetter utnyttelse av lokale ressurser, sier han.



KRITISK: Direktør Dag Henning Reksnes i Matprat sier han stiller spørsmål ved flere av forskernes konklusjoner. Foto: Matprat.no

– Ikke mulig

Han sier rapporten ikke legger til rette for at Norge kan produsere mest mulig mat til hele befolkningen.

– Med de scenarioene som er skissert her vil det ikke være mulig. Norge er et av landene i verden som har minst dyrkbart areal: kun tre prosent. Av dette arealet er en tredjedel egnet til kornproduksjon. Med andre ord: vi har veldig begrensede ressurser, og husdyrproduksjon er derfor den mest bærekraftige måten å utnytte våre ressurser på. FN har bedt alle land sørge for størst mulig matproduksjon for lokale ressurser. Hvis vi skal ha det i Norge må vi bruke husdyr som ku og sau, for å omsette gress til menneskemat, sier han.

LES OGSÅ

Sluttet som hjertelege for å «dyrke» kjøtt i laboratorium

Hvordan vil kjøttbransjen i Norge se ut med et slikt kosthold?

– Det viktigste for oss er ikke konsekvensene for bransjen, men for norsk matproduksjon. Vår produksjon består av mange ting, hvor kjøtt og egg er én del. Evnen til å forsyne befolkningen med mat ville blitt sterkt redusert, sier Reksnes.

Han mener rapporten strider med FNs overordnende mål om at alle land skal utnytte sine matressurser:

– **I Norge har vi et bærekraftig landbruk, og en bærekraftig kjøttproduksjon. Et slikt matsystem vil være vanskelig å realisere i store deler av verden, sier han.**

Forholder seg til norske kostråd

I rapporten anbefales det at man ikke spiser mer enn 14 gram rødt kjøtt, eller 29 gram kylling om dagen, samtidig som det kun anbefales et egg i uken, 28 gram fisk daglig og økt inntak av frukt og grønt.

– Vi forholder oss til det som er offentlige kostholdsråd i Norge, og de sier at man trygt kan spise 500 gram rødt kjøtt i løpet av en uke. Det finnes mange studier som konkluderer med at rødt kjøtt i moderate mengder kan være del av et sunt og helsefremmende kosthold. Om man følger de norske kostholdsrådene, så er kjøtt sunt og tilfører mange av de næringsstoffene man trenger, sier MatPrat-direktøren.



– BÆREKRAFTIG: Assisterende kommunikasjonsdirektør i Nortura, Eskil Pedersen, sier norskprodusert kjøtt har lavere klimaavtrykk enn andre land. Foto: Erik Buraas / STUDIO B13

Assisterende kommunikasjonsdirektør Eskil Pedersen i Nortura sier at de forholder seg til myndighetenes kostholdsråd, som sier at man kan spise 500 gram rødt kjøtt i uken.

Han understreker at han ikke har lest hele rapporten fra EAT-Lancet kommisjonen, men sier han oppfatter det slik at rådene i rapporten vil slå inn på flere områder:

- Folk må få spise hva de vil, og jeg ønsker ikke å være et kostholds-politi, men for de aller fleste i Norge er kjøtt en naturlig del av et variert kosthold. I Norge produserer vi kjøtt med et lavere klimaavtrykk, og vi bruker mindre antibiotika i landbruket enn andre land. Så hvis man tenker på helse og klima, og velger å spise kjøtt, så er det veldig lurt spise norsk kjøtt, sier han.

- Vil endre Norge

Han mener kostholdsradene fra EAT-Lancet kommisjonen ikke bare vil endre hvordan man spiser, men også Norge som land:

- To tredeler av våre arealer kan kun brukes til gressproduksjon, og fordi mennesker ikke kan spise gress, må disse områdene brukes til beitedyr som gir oss kjøtt. I Norge er for eksempel 75 prosent av kyr kombinasjonskyr, som bidrar til både meieri- og kjøttproduksjon. Det mener vi er god utnyttelse av ressurser, sier Pedersen.

LES OGSÅ

Tre av ti vil spise mindre av rødt kjøtt

Han mener at Norge må importere mat fra andre land om vi skal produsere mindre kjøtt:

- Da kan vi ende opp med å måtte importere fra andre land, som kanskje trenger den maten selv. Dette handler om hvordan Norge og verden vil se ut i fremtiden og da er det vanskelig med «one size fits all»-løsninger som ikke tar hensyn til lokale forhold, sier han.

Her kan du se hvordan rapporten mener kostholdet bør se ut:

The Planetary Health Diet

	Macronutrient intake grams per day (possible range)	Caloric intake kcal per day
Whole grains Rice, wheat, corn and other	232	811
Tubers or starchy vegetables Potatoes and cassava	50 (0-100)	39
Vegetables All vegetables	300 (200-600)	78
Fruits All fruits	200 (100-300)	126
Dairy foods Whole milk or equivalents	250 (0-500)	153
Protein sources		
Beef, lamb and pork	14 (0-28)	30
Chicken and other poultry	29 (0-58)	62
Eggs	13 (0-25)	19
Fish	28 (0-100)	40
Legumes	75 (0-100)	284
Nuts	50 (0-75)	291
Added fats		
Unsaturated oils	40 (20-80)	354
Saturated oils	11.8 (0-11.8)	96
Added sugars		
All sugars	31 (0-31)	120

Hovedfunnene i EAT-rapporten:

VIS MER ▾

LES OGSÅ

De Grønne: Vil kutte kjøttforbruket på sykehjem

En stor omstilling

Professor Johan Rockström ved Potsdam Institute for Climate Impact research og Stockholm Resilience Center er en av rapportens to hovedforfattere, og er enig i at forslagene innebærer en stor omstilling.

- Det vi har kommet frem til viser hva som skal til for å få en bærekraftig og sunn matfremtid. Dette er ikke en vegansk eller vegetarisk diett, men fleksitanerdiett. For enkelte deler av veien muliggjør den et økt inntak av kjøtt og melk, mens vi i vår del av verden må minske dette. Funnene våre viser samtidig at den sunne dietten også er en forutsetning for å nå de klimamålene som er satt. Likevel, det er ikke en radikal forandring. Vi sier heller ikke at alt kjøttkonsum er feil, sier han.

- Men du forstår at enkelte kan synes at 14 gram kjøtt i uken er radikalt?

- Definitivt. I Sverige ligger inntaket på nesten 700 gram i uken, men anbefalingene fra myndighetene er 500 gram. Vi viser til at man bør redusere dette til rundt 100 gram, og hvis man ser tilbake historisk stemmer dette godt overens med middelhavsdietten. For våre land vil en endring innebære en tilbakegang til en meny som er ganske lik den vi hadde på 50-60-tallet. Det er altså ikke noe helt nytt, mener Röckström.

Roser rapporten

Kommunikasjonssjef Aud Hegli Nordø i Greenpeace Norge roser rapporten:

- Dette er en meget grundig og god rapport som understreker at forbruket og produksjonen av kjøtt må reduseres drastisk hvis vi skal motvirke klimaendringer og samtidig brødfø en voksende befolkning i verden, sier hun.

Nordø viser til at de i fjor lanserte en rapport som konkluderte med at verden må halvere forbruket av kjøtt og meieriprodukter innen 2050:

- Nordmenn spiser nesten dobbelt så mye kjøtt som en gjennomsnittlig verdensborger. Kjøttforbruket vårt per person har økt med 50 prosent bare siden 1989. Det er en skremmende utvikling som vi må snu, av hensyn til både klima og helse.

- Hovedansvaret for å redusere kjøttforbruket ligger hos myndighetene og dagligvarekjedene som må tilrettelegge for at det blir enklere og billigere å velge vegetarisk framfor kjøtt. Et virkemiddel er å vri subsidiene slik at det blir mer lukrativt for bønder å drive med korn-, frukt- og grønnsaksproduksjon. Samtidig oppfordrer vi enkeltpersoner til å ha et mer bevisst forhold til sitt kjøttforbruk, sier hun.

37 verdensledende forskere står bak:

Gunhilds EAT-rapport sjokkerer: - Kjøttmiddag bare to ganger i måneden

Kostholdet vårt må endres dramatisk, viser ny rapport.



SJOKKRAPPORT: Det er Gunhild Stordalens store uke. Tirsdag fylte hun 40, i dag legger hun fram EAT-Lancet-rapporten i Oslo, i morgen i Stockholm. Siden følger 35 globale arrangementer. Foto: Lars Eivind Bones / Dagbladet

17. JANUAR 2019 KL. 0.30

 **Mat**

Av  Elisabeth Dalseg

Del artikkelen på [Facebook](#) Del artikkelen på [Twitter](#)

Hei, denne artikkelen er **over ett år gammel** og kan innholde utdatert informasjon

I 2050 er vi ti milliarder mennesker. Skal alle få i seg nok og god næring, uten at vi gjør ubotelig skade på planeten, er vi nødt til å legge om både kosthold og måten vi produserer maten på dramatisk, skal vi tro en ny rapport.

37 forskere fra hele verden, alle fremst i sitt felt, har definert et kosthold som er både sunt og bærekraftig, og resultatet ble publisert i en rapport i det prestisjetunge tidsskriftet [The Lancet](#) i dag, kl 00:30 norsk tid: «*Food in the Anthropocene**: the EAT-Lancet Commission on healthy diets from sustainable food systems.»

Dette er et grønt kosthold, på mer enn én måte: Mer frukt og grønnsaker, og mindre kjøtt og fisk er resepten fra det faglig tunge forskerpanelet. Mesteparten av proteinene bør komme fra planter.

EAT Foundation

- Startet av Stordalen Foundation, Gunhild og Petter A. Stordalens stiftelse for bærekraftig utvikling.
- Jobber for å samle politikere, næringsliv og akademia til å samarbeide om en sunnere og mer bærekraftig matindustri, og arrangerer Stockholm Food Forum årlig.
- Lanserer EAT-Lancet Commission, en rapport om mat, miljø og helse i Universitetets Aula i Oslo, 17. januar.

- Essensen er at de følger opp noe som har vært et hett tema i alle diskusjoner om bærekraftig kosthold den seinere tid, nemlig at vi alle må spise mye mer plantebasert mat, sier Helle Margrete Meltzer i Nasjonalt råd for ernæring til Dagbladet.

Slik skal du spise

I hovedtrekk er det nye kostholdet slik: Vi må halvere inntak av kjøtt og sukker, og doble konsumet av frukt, grønnsaker, belgfrukter og nøtter. På verdensbasis.

Her i Norge må vi gå enda mer drastisk til verks om vi vil følge EATs kostholdsråd.

Kjøttkvoten begrenser seg til rundt 14 gram rødt kjøtt hver dag, 7 gram storfe- eller fårekjøtt og 7 gram svinerjøtt. I tillegg er det gjort rom for 29 gram fjørfe, 13 gram egg og 250 gram fra meieriprodukter.

I praksis vil det si at vi bare skal spise fisk en gang i uka, og kjøtt en til to ganger i måneden, ifølge Meltzer.

- Mange vil oppleve det dramatisk, at man ikke kan spise kjøtt og ost like ofte som før. Men samtidig har vi en vegantrend på gang, og mange unge viser stor vilje til å leve mer bærekraftig enn generasjonen foran dem. Vedkommende som knekker koden på å få gjennomsnittsnordmannen til å legge om matvanene, fortjener Nobelpris!

MATVAREGRUPPE	GRAM/DAG	KCAL/DAG
Fullkorn (ris, hvete, mais)	232	811
Knoller og grønnsaker med mye stivelse (potet)	50	39
Grønnsaker	300	78
Rødt kjøtt (biff, lam, svin)	14	15
Hvitt kjøtt (kylling)	29	62
Egg	13	19
Fisk	28	40
Belgfrukter	50	172
Soya	25	112
Peanøtter	25	142
Nøtter	25	149
Meieriprodukter	250	153
Umettede oljer (oliven, soya)	40	354
Smult og talg	5	36
Palmeolje	6,8	60
Søtningstoffer	31	120

Veien dit kan imidlertid bli lang. En undersøkelse Opinion gjorde for Helsedirektoratet rett før jul viser at bare elleve prosent ønsker å spise mindre kjøtt, men mange vil spise mer frukt og grønt. Undersøkelsen ble gjort blant 2500 personer over 30 år.



**Gunhild om matrevolusjonen:
- Bedre rustet enn noen gang**

- Den eneste måten man kan få til slike omfattende endringer i samfunnet, er kombinasjonen av offentlige tiltak og motivasjon nedenfra, framholder Meltzer.

Ifølge Linda Granlund, divisjonsdirektør i Helsedirektoratet, viser utviklingen i norsk kosthold at vi spiser altfor mye kjøtt, men mindre grønnsaker, frukt, bønner og linser enn det det både EAT og Helsedirektoratet anbefaler.

- Vi kan med fordel bytte ut noe av kjøttet med fisk og vegetabilske proteinkilder som bønner, linser og erter, og vi håper at dette tallet vil bli høyere framover, sier Granlund til Dagbladet.

Grønn bølge

Om vi skal spise mindre proteiner, spesielt animalske, må inntaket av frukt og grønt opp. Proteinene bør i hovedsak være plantebaserte, og vi bør spise rundt 500 gram frukt og grønt hver dag, heter det i rapporten. I tillegg kommer stivelsesrike grønnsaker og poteter.

Da Dagbladet snakket med Stordalen før helgen, trakk hun fram nettopp økt inntak av planter som det enkleste og viktigste alle kan gjøre.

- Vi kan fortsatt spise kjøtt og meieriprodukter, men i mindre mengder enn før, spesielt rødt og bearbeidet kjøtt, presiserer Stordalen.

Hun mener det er en stor felles oppgave for politikere, matindustrien og alle aktører i matsystemet, å sørge for at sunn, bærekraftig mat blir tilgjengelig for alle.

- Det må bli så billig, enkelt og godt at det å velge sunt og bærekraftig ikke bare blir et fornuftig alternativ, men den nye normalen.

Vil revidere kostholdsrådene

Dårlig kosthold er den største årsaken til dårlig helse, og rapporten har som mål å ikke bare brødfø jordas befolkning, men gjøre den sunnere og friskere.

Ved å følge disse kostholdsrådene vil man forhindre at rundt elleve millioner mennesker dør prematurt på grunn av livsstilssykdommer, heter det i rapporten.



POSITIV: - I det store og hele er dette i tråd med våre kostråd, men EAT anbefaler et betydelig lavere kjøttinntak, sier Linda Granlund i Helsedirektoratet.

disse rådene?



Tacobakt søtpotet

nivå
lett



it

Bakt søtpotet er noe av det beste Mari Hult bak vegetarbloggen.no vet om. Den trenger en liten time i ovnen, men den som venter på noe godt..

[Se hele oppskriften](#)

- Det er ingen tvil om at sunn og variert plantebasert kost har mange helsefordeler. Men man skal også være obs på at jo mer vegansk man spiser, jo mer oppmerksom må man være på inntaket av enkelte vitaminer og mineraler, sier Meltzer.

- Vil norske helsemyndigheter følge

- Helsedirektoratet anbefaler også et hovedsakelig plantebasert kosthold, med mer grønnsaker, frukt og bær og grove kornprodukter, sier Granlund.

Sammen med kollegaene ser hun fram til å dykke ned i rapporten. De norske kostrådene er godt dokumentert, og endres jevnlig i tråd med ny kunnskap.

I år starter Nordisk ministerråd arbeidet med å revidere de nordiske ernæringsanbefalingene (NNR), som skal være på plass i 2022. Norge skal lede arbeidet, og denne gangen vil det bli lagt mer vekt på bærekraft og miljøspørsmål, ifølge Granlund.

Disse anbefalingene vil være førende for mat- og ernæringspolitikken i de nordiske landene.

Matsvinn

Den tredje stolpen i EAT-Lancet-rapporten er å kutte matsvinn, som rapporten forutsetter må halveres.

Dette er i tråd med FNs bærekraftsmål og [bransjeavtalen mot matsvinn i Norge](#), som begge har som mål å halvere matsvinn innen 2030.

- Det er helt klart om man skal produsere mat til stadig flere mennesker, uten å ha mer landjord, må vi gjøre noe med det som produseres. Det er ikke rocket science, sier Anne Marie Schrøder, kommunikasjonssjef i Matvett, til Dagbladet. - Det er dette vi jobber for hver dag.

Hun tror ikke det er mer matsvinn Norge eller Nord-Europa enn det globale gjennomsnittet, men det skjer andre steder i verdikjeden. I u-land er utfordringene mer knyttet til høsting av avlinger og lagring av mat, mens forbrukerne er de største synderne i den vestlige verden.



Rødbete, avokado og erter

nivå
lett

aktiv
20min

totalt
16t
40min

[Se hele oppskriften](#)



HETT TEMA: - Vi må alle spise mer plantebasert mat, sier Helle Meltzer i Nasjonalt råd for ernæring.

- Det handler om å bygge kultur. Vi må lære oss å utnytte råvarene bedre - vi utnytter for eksempel ikke hele dyret.

- Gunhild sikter helt feil

Forsker Laila Aass ved Norges miljø- og biovitenskapelige universitet (NMBU) mener at Gunhild Stordalen og EAT glemmer en viktig ting:

- Verden vil bedras så lenge det går. Utslippene fra jordbruket utgjør atskillig mindre enn både EAT og andre skal ha det til, og langt mindre enn utslippene fra fossilt kull, olje og gass, sier Aass og viser til tallene som framkommer i den siste offentliggjøringen fra Global Carbon Budget.

Landbruksforskeren mener at det ikke er her i Norge problemet ligger når det gjelder klima eller miljø.

- Storfekjøtt er bærekraftig

Professorene Bjørg Egelandssdal og Anna Haug – begge ved NMBU – synes det er greit å kutte kjøtt hos en del voksne menn som allerede har stort konsum av denne type kost:

-Men ungdom, barn, kvinner i fertil alder og eldre trenger protein og næringsstoffer som finnes i kjøtt, deriblant jern, framholder duoen.



Landbruksforsker:

- Gunhild sikter helt feil

Egelandssdal og Haug påpeker også at melk i lange tider er blitt brukt i Norge fordi vi har naturlige ressurser av gress og grovfôr som spises av drøvtyggere.

- Melk, melkeprodukter og kjøtt fra drøvtyggere vil derved være bærekraftig, sier de.

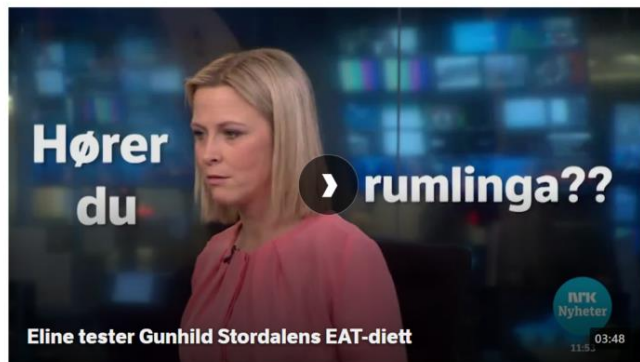
Lise Boeck Jacobsen, kommunikasjonssjef i Bondelaget, har bare sett

pressemeldingen i forbindelse med rapporten.

- Rapporten fra EAT er et innspill i en global diskusjon om helse og bærekraft og den peker på viktige miljøutfordringer knyttet til matproduksjon. De vil variere verden over, uten at det nødvendigvis er en felles diagnose. Alle land må ta utgangspunkt i sine egne forutsetninger og naturgrunnlag for å produsere mat. Noe for øvrig også FN er opptatt av, påpeker Jacobsen.

Ekspertene bekymret over Stordalens kostholdsråd

– Det er ikke sikkert at nordmenn bør leve på en slik diett, sier professor i ernæring om Eat-dietten.



Jordas fremtid står på spill og bærekraftig kosthold er i vinden. Men hvordan er det egentlig å leve på EAT-dietten til Gunhild Stordalen?



Oda Ruggesæter Ertesvåg
Journalist

Publisert 17. jan. 2019 kl. 17:22
Oppdatert 29. mars 2019 kl. 08:48



Artikkelen er mer enn ett år gammel.



I natt kom rapporten utarbeidet av Gunhild Stordalens organisasjon Eat og legetidsskriftet Lancet. Der står det at vi må kutte drastisk ned på kjøtt og sukker, og øke inntaket av grønnsaker.



Forbruket av rødt kjøtt og sukker må halveres, og vi må spise dobbelt så mye nøtter, frukt, grønnsaker og belgfrukter, viser en ny rapport fra EAT-stiftelsen og det medisinske tidsskriftet The Lancet.

For mens HelseDirektoratet anbefaler 500 gram rødt kjøtt i uka, anbefaler Eat til sammen rundt 200 gram, både rødt og hvitt. Når det gjelder sukker anbefaler direktoratet maks 10 energiprosent, mens Eat anbefaler ned mot 5 energiprosent.

Fakta om Eat og Eat forum

* EAT er startet av Stordalen Foundation, Gunhild og Petter A. Stordalens stiftelse for

› Les: [Rapport: Forbruket av kjøtt og sukker må halveres](#)

Anna Haug og Bjørg Egelanddal, som er professorer i ernæringsfysiologi og kjemi ved Norges miljø- og biovitenskapelige universitet (NMBU), mener at tilgangen til en rekke næringsstoffer vil være marginal om man følger Eat-dietten. De er bekymret.

– Vi tenker særlig på unge kvinner i fertil alder, som trenger jern, kalsium, b12, sink og ikke minst D-vitamin, sier de to til NRK.

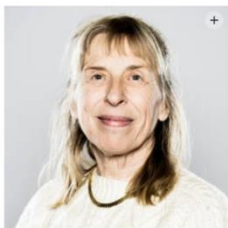
For lite næringsstoffer

Professorene mener at rapportens anbefalinger når det kommer til kjøtt, fisk og melk er for små, og at vi i Norge har stor tilgang på vill fisk og gode forhold for drøvtyggere, som vi bør benytte oss av.

For lite næringsstoffer

Professorene mener at rapportens anbefalinger når det kommer til kjøtt, fisk og melk er for små, og at vi i Norge har stor tilgang på vill fisk og gode forhold for drøvtyggere, som vi bør benytte oss av.

– Fisken kan gi oss, jod, vitamin D, selen og lange omega-3 fettsyrer, som det er lite av i Eat-dietten. Mens kjøtt og melk inneholder en type jern som kan tas lett opp i kroppen, samt protein, kalsium, sink, B12 og andre B-vitaminer, sier Haug og Egelandstal.



SKEPTISK: Professor i ernæringsfysiologi ved NMBU, Anna Haug, er skeptisk til om tilgangen til næringsstoffer vil være god nok med Eat-dietten.
FOTO: GISLE BJØRNEBY / NMBU

> Les: [– Sunnere med et kosthold som ikke er vegansk](#)

Eat anbefaler 14 gram kjøtt per dag og 250 gram melk. Rådet fra Helsedirektoratet er tre porsjoner melk, tilsvarende 6 desiliter, og 70 gram kjøtt.

28 gram fisk om dagen, mener Eat er nok. Det tilsvarer én fiskemiddag i uka, og er betydelig mindre enn 300–450 gram i uka, som er den norske anbefalingen.

– En porsjon torsk vil kanskje dekke jodbehovet for én uke, men spiser man oppdrettslaks vil folk få jodmangel, sier de to.

Dette anbefaler Eat:

- > Nøtter: 50 gram
- > Bønner, kikerter, linser eller andre belgfrukter: 75 gram
- > Fisk: 28 gram
- > Egg: 13 gram (tilsvarer et drøyt egg i uka)
- > Kjøtt: 14 gram rødt kjøtt eller 29 gram kylling
- > Brød, ris el. I: 232 gram
- > Grønnsaker med mye stivelse: 50 gram
- > Melkeprodukter: 250 gram (tilsvarer ett glass melk)
- > Grønnsaker: 300 gram
- > Frukt: 200 gram

Det er også rom for 31 gram sukker og 50 gram olivenolje eller tilsvarende per dag.



ANBEFALT: Dette mener EAT du bør spise i løpet av en dag.
FOTO: EAT-LANCET COMMISSION

– Kanskje ikke noe for nordmenn

Professorene mener det er bra om dietten kan bidra til økt fokus på matvaresikkerheten i verden, og hvordan vi kan bli mer bærekraftige.

Det er likevel ikke sikkert at vi i Norge skal leve på en slik global diett.

– Et av problemene med denne dietten, er at det er en diett for kloden. Det er fint om det stimulerer folk til å se hvordan de kan bidra til økt bærekraft. Men det er også ikke usannsynlig at Norges optimale bidrag i bærekraftsdebatten er et avvik fra denne dietten, sier Haug og Egelandstal.



FISK: Eat-rapporten anbefaler et daglig inntak av 28 gram fisk.
FOTO: TERJE BENDIKSBY / NTB SCANPIX

I et rikt land som Norge er det heller ikke enkelt å få til så store kostholdsendringer, forteller professorene. De mener at historien har vist at det ikke er enkelt verken politisk eller gjennom forbrukernes egenvilje å sette nordmenn på en slik diett, eller gjøre noe med den globale fordelingspolitikken.

– Det er dette som også er fedmeproblemet. Butikkernes matoverflod velter imot oss, og vi spiser det vi liker, sier de.

- > Les: [Rapport: Forbruket av kjøtt og sukker må halveres](#)
- > Les: [Desse grønnsakene er dei sunneste](#)

Stordalen: Nok protein

Gunhild Stordalen kaller Eat-rapporten for retningslinjer for verden med tanke på hva vi skal servere og produsere, hva som er bra for oss, og hva miljøet kan tåle.



VIL HA ENDRING: – Uten å gjøre denne omstillingen vil vi ikke klare å nå Parisavtalen, og å holde global oppvarming under to grader. Vi vil heller ikke klare å nå bærekraftsmålene, sier Gunhild Stordalen til NRK.
FOTO: TERJE PEDERSEN / NTB SCANPIX

– Dette er en sammenstilling av den beste tilgjengelige kunnskapen vi har. Han som har ledet dette fra helsesiden er Walter Willet, som er en av verdens ledende ernærings eksperter, sier Stordalen.

- > Les: [Stordalens tre matråd for bedre helse: – Føler meg overraskende bra](#)

Hun anerkjenner at dietten som er foreslått er noe som skal både diskuteres og debatteres, men avviser at det mangler næringsstoffer i dietten.

– Det er mer enn nok proteiner i kostholdet som er foreslått, sier Stordalen til NRK.

– Det handler ikke om at alle i verden skal bli veganer eller vegetarianere over natten, men vi trenger et mer balansert kosthold, som er sunnere for oss og mer bærekraftig for planeten, sier hun videre.

– Ikke dokumentasjon til kjøttkutt

Divisjonsdirektør i Helsedirektoratet Linda Granlund sier til NRK, med forbehold om at hun ikke har lest hele rapporten, at det er mye samsvar mellom Eat sine anbefalinger og de norske anbefalingene.



NY RAPPORT: Natt til torsdag kom Eat med en ny rapport om hva vi skal spise om vi skal redde klimaet.

Hovedtrekkene er mer plantebasert kost og mindre kjøtt og sukker, men Eat går lenger.

– Eat trekker det lenger, og spesifiserer ned på detaljnivå på mange produkter, sier hun.

– *Hva er grunnen til at Helsedirektoratet ikke anbefaler 200 gram kjøtt i uka, slik som Eat?*

– Det har tidligere vært mye diskusjon om vi bør gi kostanbefalinger som er utelukkende vegetariske, men det er mange viktige næringsstoffer som kjøttprodukter bidrar med. Det har til nå ikke vært noe grunnlag eller dokumentasjon for å kutte det ut, sier Granlund.



Divisjonsdirektør i Helsedirektoratet Linda Granlund mener at hovedlinjene i Eat-rapporten ligner de norske kostholdsrådene.

FOTO: REBECCA RAVNEBERG / HELSEDIREKTORATET

- › Les: [Veganere opplever mye hat: – Tror kanskje jeg har blitt immun](#)
- › Les: [Kokker til kamp mot matsvinn: – Vi kaster mat fordi vi har råd til det](#)

Revisjonsarbeid på gang

Hun er spent på innholdet i Eat-rapporten, og på hva i dokumentasjonen Eat legger til grunn som er helsevurderinger og hva som er klimavurderinger.

Når det kommer til det norske rådet for sukkerinntak, som er at sukker skal være maksimalt 10 energiprosent av det daglige kaloriinntaket, så ligger den norske anbefalingen dobbelt så høyt som både Eat og Verdens helseorganisasjon.



FOTO: BERIT KEILEN / NTB SCANPIX

Granlund sier at Norge sammen med de andre nordiske landene er i gang med et revisjonsarbeid med ernæringsanbefalingene, som inkluderer sukker. Der ser de på om det er grunn til å revidere kostanbefalingen i de ulike nordiske landene.

- › Les: [– Oppdrett kan redde et område som er dobbelt så stort som India](#)
- › Les: [Kan du spise sukker med god samvittighet?](#)

Forsvarer kjøttet

Forsker: - Gunhild sikter helt feil

Forsker Laila Aass mener at Gunhild Stordalen og EAT glemmer en viktig ting



SKEPTISK: Forsker Laila Aass mener at utslippene fra jordbruket utgjør atskillig mindre enn både EAT og andre skal ha det til. Foto: NMBU

16. JANUAR 2019 KL. 20.44

 **Mat**

Av  Lars O Gulbrandsen og Christopher Sjuve

Del artikkelen på **Facebook** Del artikkelen på **Twitter**

Hei, denne artikkelen er **over ett år gammel** og kan inneholde utdatert informasjon

Torsdag denne uka slipper [Eat Foundation](#) og den medisinske journalen [The Lancet](#) sin store rapport om den globale matsituasjonen. 37 av de fremste forskerne i verden har definert de viktigste utfordringene for bærekraftig matproduksjon og hvilke kostholdsgrep som må tas for å løse de globale problemene.

Selv om innholdet i rapporten fortsatt er hemmelig, er det ingen tvil om at et plantebasert kosthold er fundamentet. Studien er verdens første forsøk på å sette vitenskapelige mål for sunn mat fra bærekraftig matproduksjon.



Gunhild om diettsensasjonen: - Bedre rustet enn noen gang

Laila Aass, som er forsker ved [Norges miljø- og biovitenskapelige universitet \(NMBU\)](#), sier på

generelt grunnlag at hun er skeptisk til flere studier og rapporter fra den seinere tid som omhandler globalt kosthold.

- Felles er at de bare har et globalt perspektiv, men at man ikke tar hensyn til den store variasjonen som finnes mellom land og regioner når det gjelder naturgrunnlaget for matproduksjon. Jeg antar at EAT/Lancet-rapporten har de tilsvarende teoretiske løsningene - og at forslagene de kommer med innebærer at norsk matproduksjon kan takke for seg.

- Ikke her hos oss problemet ligger

Forskeren mener at alle disse rapportene framstiller matproduksjon som det viktigste klimaproblemet.

- Slik også med EAT. Også Gunhild Stordalen sikter helt feil her: Verden vil bedras så lenge det går. Ingen påpeker at det som virkelig er de store klimaproblemene, framkommer i [den siste offentliggjøringen](#) fra Global Carbon Budget. Vi snakker fossile utslipp på grunn av bruk av kull, olje og gass. Utslippene fra jordbruket utgjør atskillig mindre enn både EAT og andre skal ha det til, og langt mindre enn utslippene fra fossilt kull, olje og gass, framholder Laila Aass.

Hun mener at vi har friske, velfungerende husdyr som er blant de mest klimavennlige i verden, og som samtidig ligger i verdenstoppen i lite bruk av antibiotika, med små produksjonsenheter spredt over hele landet og med nok vann tilgjengelig.

- Da sier det seg selv at det ikke er her hos oss problemet ligger når det gjelder klima eller miljø. Og dermed heller ikke kjøttforbruket i klimasammenheng.

Dagbladet har forsøkt å få EAT Foundation eller Gunhild Stordalen (40) til å kommentere utspillene fra forsker Aass, men svarene får vi først torsdag når den store rapporten slippes - og forskerne bak rapporten kommer til Oslo for å svare på spørsmål.

Men seinest i helga fortalte Gunhild Stordalen at hun ikke var redd for å takle bråk fra kjøttindustrien:



Ny forskning: Slik lever du godt med Gunhild-dietten

DAGBLADET PLUS

- Jeg er ikke redd for debatt, snarere tvert imot! Men jeg er opptatt av å løfte den opp på riktig nivå. Det handler ikke bare om hva hver enkelt velger i butikken, men hvordan vi utvikler en helhetlig matpolitikk som fremmer både helse og miljø, [fortalte hun til Dagbladet](#).



Nudler med grønne søyabønner, sesam og sopp



Enkel og smakfull nudelrett med soyabønner.

[Se hele oppskriften](#)



Ny Ikea-burger forbløffer med bacon-effekt: - Jeg skjønner ikke hvordan de får det til

Ber landbruket rigge for framtida

Landbruksforsker Aass får støtte hos konserndirektør Ellen Flø Skagen i Nortura, som understreker at norsk storfe ifølge Veterinærinstituttet bare slipper ut en tredel av CO₂-ekvivalenter sammenliknet med resten av verden.

- I den grad folk fortsatt skal spise kjøtt, er det derfor klimasmart å velge norsk kjøtt. Dette kan være med og sette gullstandarden for kjøttproduksjon i verden, mener hun.

Administrerende direktør Vegard Kjuus i MENY opplever, i likhet med resten av dagligvarebransjen, at de norske spisevanene er i endring:

- Vi er forberedt på at etterspørselen etter kjøtt kan avta noe framover og jobber for å få folk til å spise bedre kjøtt, ikke nødvendigvis mer kjøtt, sier han.

Kjuus bekrefter at det de siste tre åra har vært en økende interesse for vegetarmat blant kjedens kunder:

- Likevel er nok bransjen bare i starten av den grønne bølgen, og vi er trygge på at vi klarer å omstille oss videre gjennom fokus på innovasjon og godt samarbeid med leverandørene.

Lege Tanja Kalchenko, som er leder av [Helsepersonell for plantebasert kosthold](#), mener at Gunhild Stordalen og EAT må være forberedt på at det mektige PR-apparatet til kjøtt- og meieriindustrien vil jobbe for å bagatellisere budskapet i rapporten.

- Fjerner politikere subsidier og kjøttreklamen - da blir det lettere å spise sunnere og mer bærekraftig, og stå imot påvirkningen. Det er ikke uten påvirkning fra industrien og politikere at norske forbrukere spiser slik de gjør, sier hun.

Professor Vibeke Videm ved [NTNU](#) har stor kunnskap om plantebasert kosthold. Hun mener at landbruket nå må rigge seg for framtida:

- Her har norske bønder store muligheter for verdiskapning dersom de og myndighetene samarbeider og er proaktive. Bønder vil være viktige lagspillere å ha med for å sikre et sunt og bærekraftig norsk kosthold. Omstilling kan åpne spennende nye inntektskilder og arbeidsplasser i norsk landbruk. Da må selvfølgelig myndighetene satse på en grønn landbrukspolitikk.



SATS NORSK: - Folk må få et klimasmart norsk alternativ de dagene de skal spise kjøtt, sier Ellen Flø Skagen i Nortura.



Vegetarisk pastagrøt



Smakfull vegetarisk pastagrøt

[Se hele oppskriften](#)



IMPONERT: - Gunhild Stordalen har gitt viktig inspirasjon til mange for å prøve nye matretter og å kutte kjøttforbruket, sier professor Vibeke Videm.