

Hur tobak porträtteras i media

Redaktionella Medier
1 januari – 30 juni 2019

Introduktion

Denna rapport har gjorts för att undersöka hur rapporteringen sett ut relaterat till tobak i svensk media. Vi har också undersökt hur influencers lyfter fram tobak i sina inlägg i sociala medier. Med tobak avser vi framförallt användningen av cigaretter och snus. Vi har analyserat om artiklar som är publicerade i media har varit positiva, negativa eller neutrala till tobaksindustrin, cigaretter och snus.

Urvalet av artiklar skedde genom en sökning i Meltwaters programvara på artiklar publicerade mellan den första januari till den sista juni 2019. Artiklarna filtrerades ut med en sökning där ett eller flera av sökorden förekommer. Sökningen innehåller begränsningar för att filtrera ut irrelevanta artiklar.

Innehållsförteckning

Redaktionell Media

Nyckeltal	6
Nyhetsöversikt	7
Ämnen	8
Tonalitet	9
Tonalitet – 2018	10
Toppkällor	11
Ordmoln	12
Social Echo	13
Exempelartiklar – tobaksbolag	14

Sociala medier

Nyckeltal	16
Inläggsöversikt	17
Tonalitet	18
Dominerande kanal	19
Toppinfluencers	20
Ordmoln	21

Appendix	22
----------	----

Metod & urval

Redaktionell media

Siffrorna för delen av rapporten som berör redaktionell onlinemedier är hämtade från en generell sökning relaterat till tobak i media. Detta för att kunna ge en generell bild över hur mycket exponering tobak genererar. Exempelartiklarna är hämtade från den sökning som söker på tobak i titel eller ingress för att säkerställa relevansen.

Hur mycket skrivs om tobak?

1 januari – 30 juni 2019

Nyckeltal

Redaktionell media

Tobak har nämnts i 11 381 artiklar under första halvåret 2019, vilket är en liten minskning jämfört med samma period föregående år. Räckvidden inom parentes visar en jämförbar siffra då endast desktop-räckvidd fanns tillgänglig för 2018.

	1 januari – 30 juni 2019	1 januari – 30 juni 2018
Antal inlägg	11 381	12 258
Räckvidd	6 952 M (1 969 M)	2 591 M
Relevans	8%	6%
Tonalitet	-36%	-50%

- Räckvidd: Under 2019 har räckvidd för mobilanvändare tillkommit. Detta förklarar den markanta ökningen i räckvidd. Jämförelsen mot 2018 är dock endast beräknad på desktop-räckvidd och är därmed rättvisande.
- Relevans: Artiklar som omnämnt tobak, eller ord kopplade till tobaksindustrin i titeln eller ingressen.
- Tonalitet: Andel positiva artiklar minus andel negativa artiklar. Baserat på kvalitativa tonaliteten.

Toppartiklar



Expressen
13 maj
Räckvidd: 6,9 M



Aftonbladet
24 mars
Räckvidd: 6,4 M

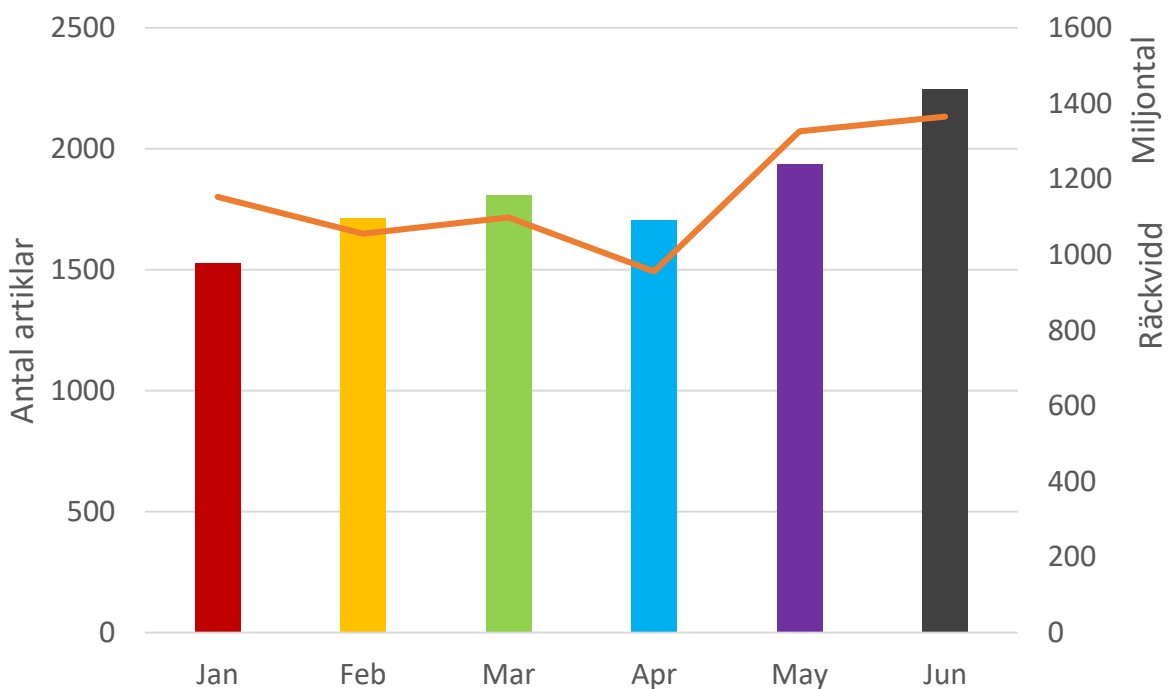


SVT
31 maj
Räckvidd: 4,7 M

Nyhetsöversikt

Redaktionell media

Diagrammet visar exponeringen sett till volym och räckvidd uppdelat efter månad. Exempelartiklarna är artiklar med hög räckvidd som fått stor exponering under respektive månad.



Aftonbladet
19 februari



Expressen
24 maj



SVT
30 mars



DN
7 juni

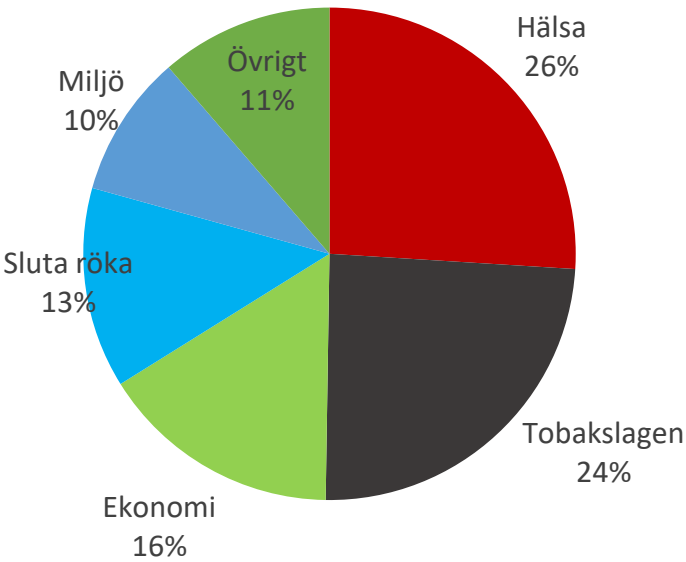
Ämnen

Redaktionell media

Tabellen visar en uppdelning på sökningar med fokus på de mest omskrivna ämnena under perioden för att ge en uppfattning om vad exponeringen har berört. Uppdelningen har fastställts på de 812 artiklar som omnämnt tobak, eller ord kopplade till tobaksindustrin i titeln eller ingressen.

Ämne	Antal artiklar	Total räckvidd
Hälsa	211	95 M
Tobakslagen	197	129,9 M
Börs & Ekonomi	129	45 M
Sluta röka	107	68,2 M
Övrigt	92	40,9 M
Miljö & Hållbarhet	76	33,4 M

Ämnen



Historiskt låga alkohol och tob

Hälsa

Fler ska känna till tobakslagstiftningen

Tobakslagen

Semestersnusarna höjde Swedish match men e-cigaretter lägger sordin på festen

Ekonomi

Tobaksjättens oväntade uppmaning Sluta röka

Sluta röka

Tobaksrökning förstör rökaren och är dåligt för alla andra

Miljö

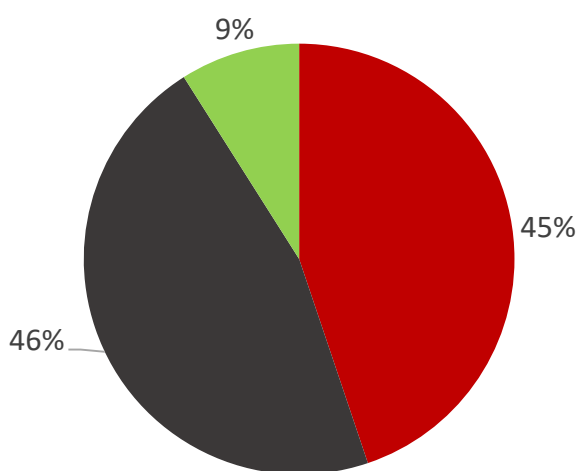
Tonalitet 2019 - Kvalitativ

Tonaliteten har fastställts på de 812 artiklar som omnämnt tobak, eller ord kopplade till tobaksindustrin i titeln eller ingressen för att säkerställa relevansen i urvalet för den manuellt analyserade tonaliteten.

De positiva artiklarna relaterade oftast till börsen och ekonomi medan de artiklar som varit negativa mot tobak har relaterat till många olika ämnen, bland annat tobakens miljöpåverkan och hälsorisker.

Tabellen visar även 2018 års annonsvärde för de positiva artiklarna med desktop räckvidd på 34 M.

Kvalitativ tonalitet



■ Negativa ■ Neutrala ■ Positiva

	Positiva artiklar
Antal inlägg	73
Total räckvidd	31,9 M
Desktop-räckvidd	9,4 M
Totalt annonsvärde	5 740 000 SEK
Annonsvärde (baserat på desktop)	1 700 000 SEK
2018 annonsvärde (baserat på desktop)	6 000 000 SEK



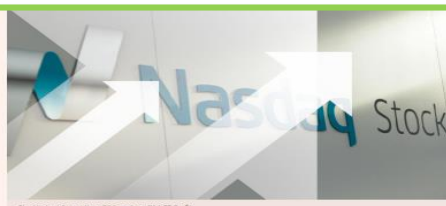
Tobak är en miljöbov

Fria ord • Tobakens kostnaderna för miljöpåverkan skräpet på gator och torg, borde betalas av tillverkare av tobaksvaror och inte av skattebetalare

Fler förgiftas av e-cigarett

av TT

10 FEB 2019



Assa Abloy vinstigande börs

Ekonomi • Stockholmsbörsen tog avslutade veckan med stigande kursuppgången.

Insändare: Tack vare e-cigarett försvann min astma

Twitter Facebook



Har du något att säga?

Skriv en insändare

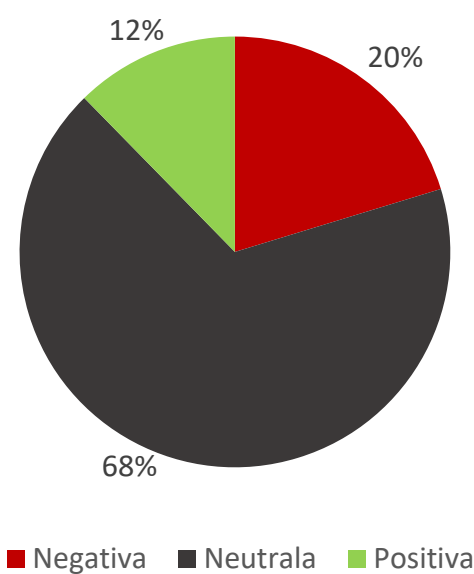
Skriv insändare

Tonalitet 2019 - Kvantitativ

Tonaliteten för denna kvantitativa del har grundat sig på alla 11 381 artiklar där tonaliteten fastställts automatiskt av en algoritm.

I tabellen visas annonsvärde för 2018 års exponering med desktop räckvidd på 228 M.

Kvantitativ tonalitet



	Positiva artiklar
Antal positiva – kvantitativ del	1 403
Total räckvidd	506,3 M
Desktop-räckvidd	144,1 M
Annonsvärde kvantitativ	43 700 000 SEK
Annonsvärde kvantitativ data (desktop)	12 450 000 SEK
2018 annonsvärde (baserat på desktop)	14 800 000 SEK



Tobak är en miljöbov
Fria ord • Tobakens kostnaderna för miljöpåverkan ska räknas på gator och torg, borde betalas av tillverkare av tobaksvaror och inte av skattebetalare.



Fler förgiftas av e-cigarett



Assa Abloy vinst stigande börs
Ekonomi • Stockholmsbörsen tog avslutade veckan med stigande kursuppgången.



Insändare: Tack vare e-cigarett försvann min astma

VÄRLDENS FÖRSTA PLUG-IN HYBRID FRÅN SKODA
SKODA SUPERB COMBI IV plug-in hybrid
fr. 429 900 kr

Har du något att säga? Skriv en insändare

Tonalitet - 2018

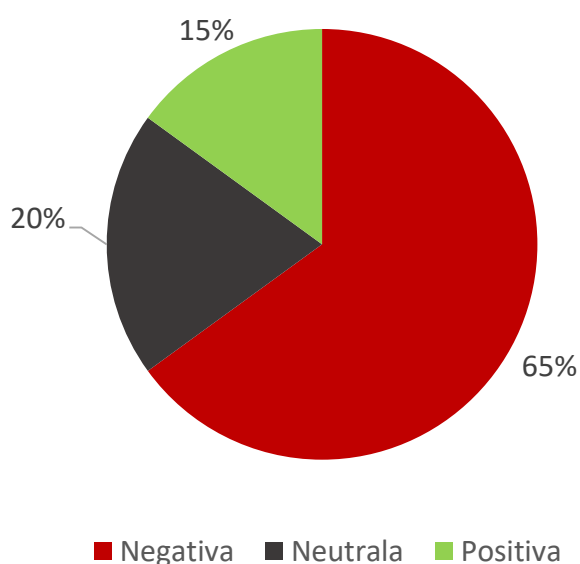
Nedan visas den kvalitativa tonaliteten för 2018.

Under 2018 var 666 artiklar negativa mot tobak medan motsvarande siffra för 2019 var 350.

157 artiklar var positiva i sin tonalitet 2018 medan det 2019 endast var 73 artiklar som var positiva.

Detta indikerar att debatten var mer polariserad med tydliga positiva och negativa artiklar under 2018 medan debatten under 2019 varit mer objektiv då en större andel av artiklarna varit neutrala.

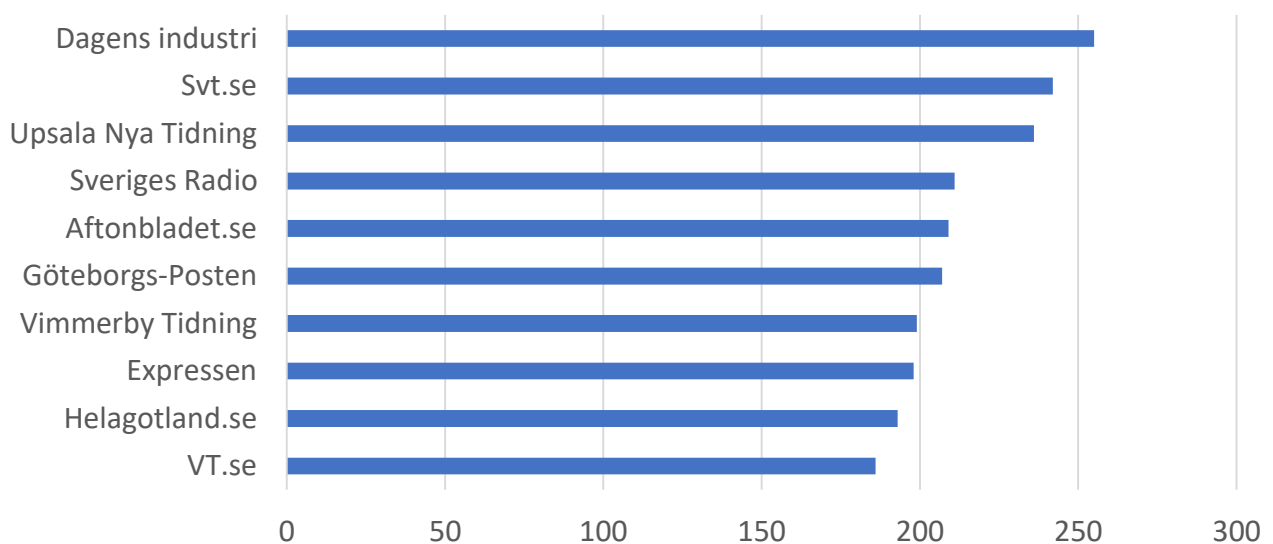
Kvalitativ tonalitet



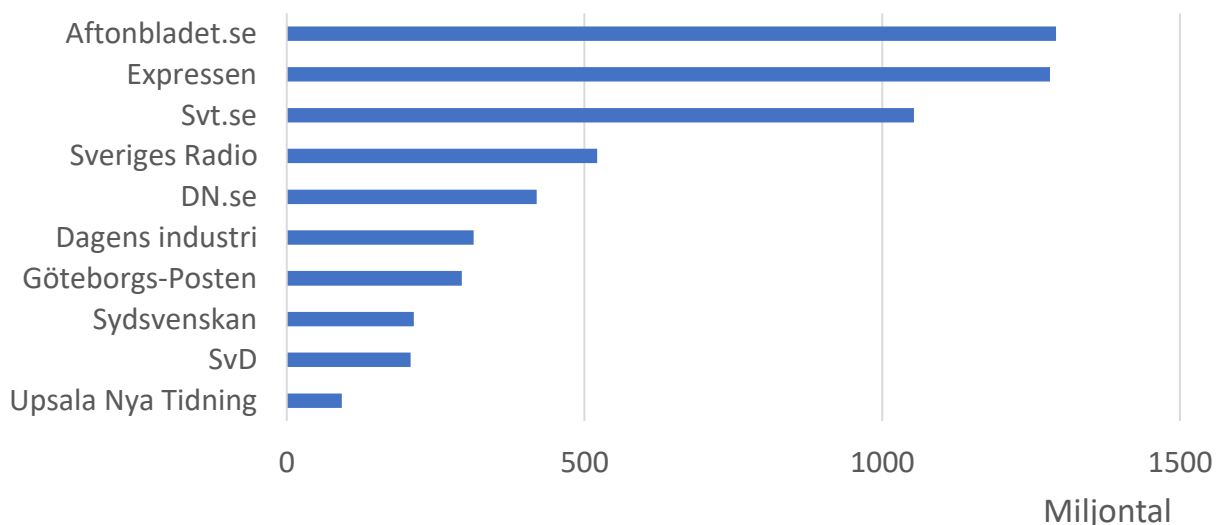
Toppublikationer

Diagrammen visar vilka publikationer som publicerat flest artiklar där tobak omnämns under perioden och vilka publikationer som uppnått högst ackumulerad potentiell räckvidd.

Toppublikationer – antal artiklar



Toppublikationer – Räckvidd



Ordmoln

Ordmolnet visar de ord som förekommit oftast i samband med artiklar som relaterat till tobak under perioden.



Ordet "barn" har omnämnts i 110 stycken av de artiklar som omnämner tobak i titel eller ingress. Det omvandlas till 13,4 procent av det totala antalet artiklar, 821 stycken.



DEBATTEN OM E-CIGARETTER

"Tobaksreklam mot unga kan leda till nikotinepidemi"



Arkivbild. Foto: TT

Två av tre kommuner klarar inte tobakstillsynen

Social Echo

Artiklarna nedan är de artiklar, bland de artiklar som nämnt tobak i titel eller ingress, som fått störst uppmärksamhet i sociala medier.

Siffrorna för Facebook visar hur många reaktioner, kommentarer och delningar artikeln genererat medan Twitter-siffran visar antalet delningar.



Facebook: 10 718
Twitter: 504



Facebook: 7 545
Twitter: 2



Facebook: 7 199
Twitter: 0



Facebook: 6 439
Twitter: 2

Exempelartiklar - tobaksbolag

Nedan visas exempelartiklar där tobaksbolagen omnämns. Artiklarna visas för att belysa hur tobaksbolagen själva uttalar sig och syns i media.



Omni
29 juni. Räckvidd 5,6 M



Omni
11 maj. Räckvidd 5 M



Aftonbladet
24 maj. Räckvidd 6,4 M

Hur tobak porträtteras i media?

Sociala medier
1 januari – 30 juni 2019

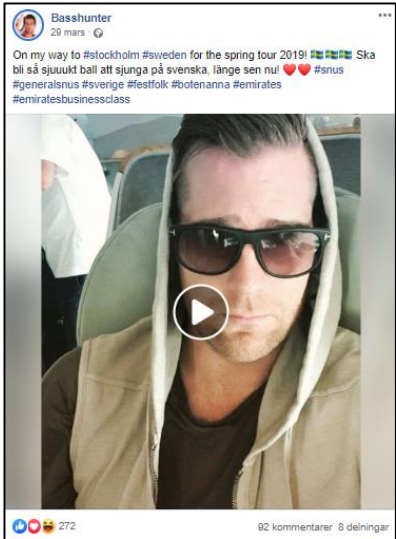
Nyckeltal

Sociala medier

Totalt publicerades 52 394 inlägg på sociala medier under perioden. Tillsammans hade inläggen en potentiell räckvidd på cirka 191 miljoner. Twitter var den kanal där flest inlägg återfanns.

	1 januari – 30 juni 2019
Antal inlägg	52 394
Räckvidd	191 M
Dominerande kanal	Twitter
Annonsvärde (Baserat på positiva artiklar)	1,1 M SEK

Toppinlägg



Basshunter
Facebook
Räckvidd: 2,7 M



Expressen
Facebook
Räckvidd: 550 000

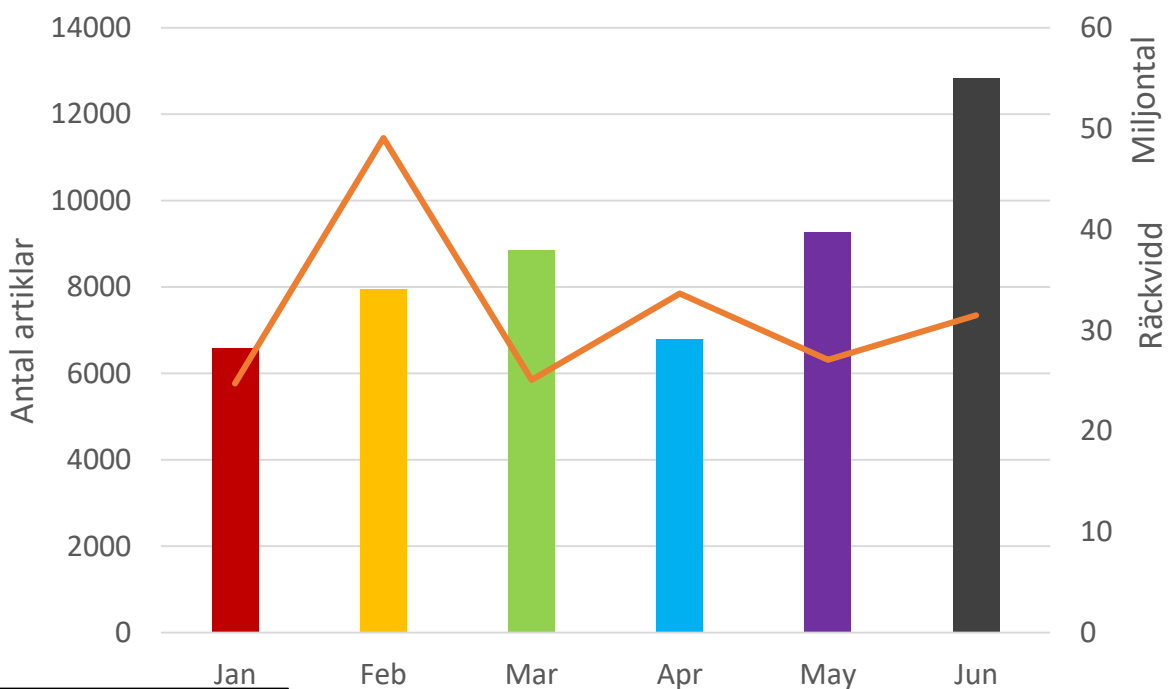


Världsnaturfonden
Facebook
Räckvidd: 520 000

Inläggsöversikt

Sociala medier

Diagrammet visar exponeringen sett till volym och räckvidd uppdelat efter månad. Exempelinläggen är inlägg med hög räckvidd som fått stor exponering under respektive månad.



Aftonbladet
27 februari
Facebook



@pelletamleht
22 mars
Twitter



SVT
10 maj
Facebook

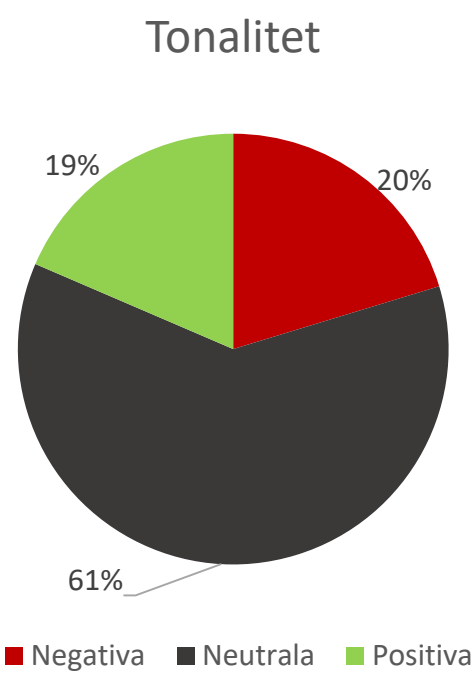


@SvD
1 juni
Twitter

Tonalitet

Sociala medier

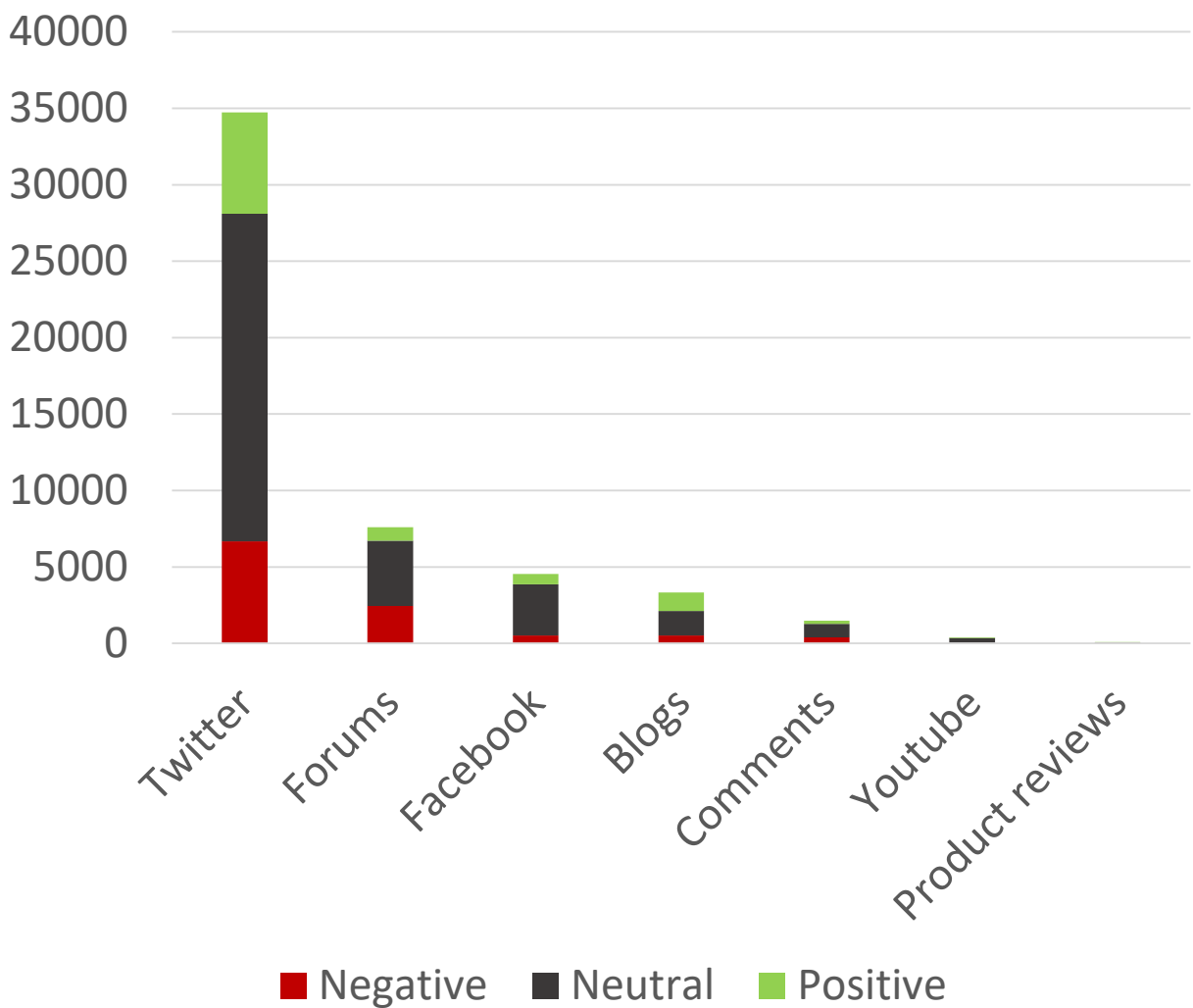
Tonaliteten i inläggen i sociala medier har fastställts automatiskt.



Tonalitet	Antal inlägg	Räckvidd
Negativa	10 613	25,5 M
Neutrala	31 994	149 M
Positiva	9 697	16,3 M

Dominerande kanal

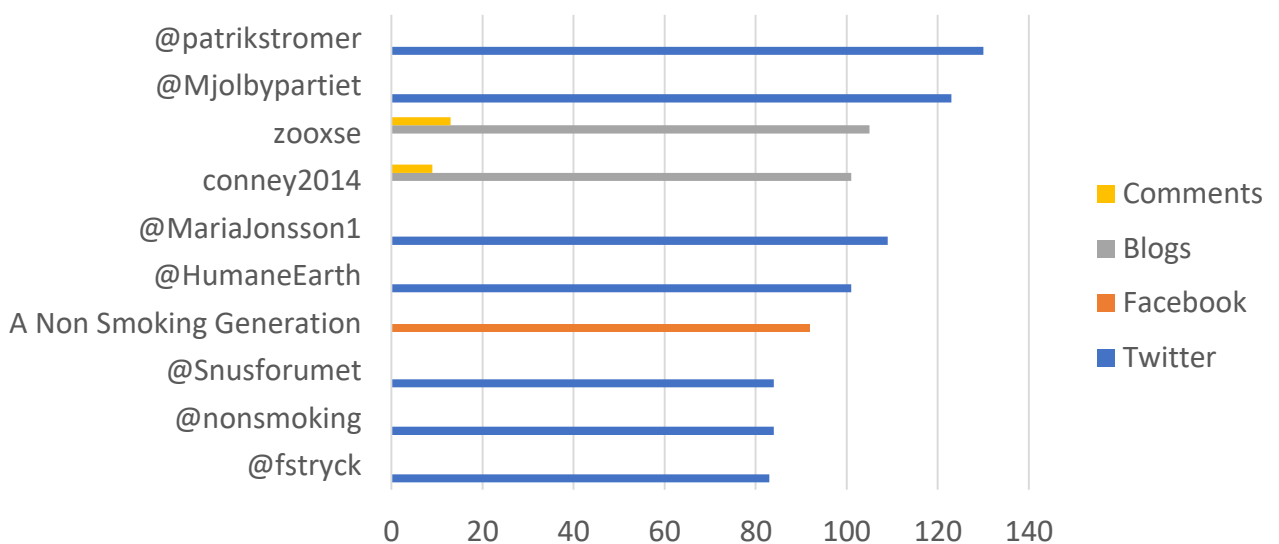
Staplarna visar i vilken kanal det har publicerats flest inlägg och även inläggens tonalitet inom respektive kanal.



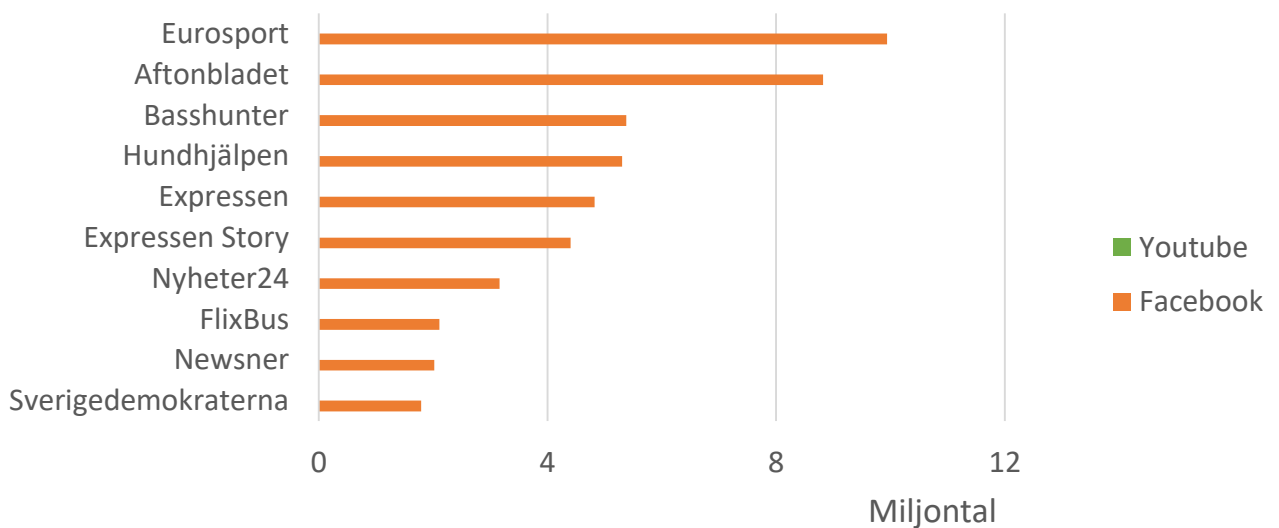
Toppinfluencers

Diagrammen visar vilka konton som har publicerat flest inlägg samt vilka konton som har uppnått högst potentiell räckvidd under perioden.

Toppinfluencer – antal artiklar



Toppinfluencer – Räckvidd



Ordmoln

Ordmolnet visar de ord som förekommit oftast i samband med inlägg som relaterat till tobak under perioden.



Appendix

Meltwaters medieanalysarbete utgörs av utbildade analytiker som arbetar efter fasta metoder för att säkerställa strukturerade och replikerbara medieanalyser. Arbetet utgår från Meltwaters tjänster som möjliggör analys av indexerad data. Plattformen gör det möjligt att kategoriskt gruppera och organisera artiklar och innehåll efter önskade premisser som sedan kan presenteras i exempelvis grafer, tabeller eller Ordmoln.

Informationsinhämtningen gör det även möjligt att utläsa trender över tid och vilken geografisk spridning exponering har haft, även bakåt i tiden.

Datan är insamlad genom fördefinierade sökningar med hjälp av Meltwaters mjukvara som bevakar och analyserar över 250 000 globala online källor samt över 240 miljoner sociala mediekällor. Räckviddsdata för redaktionella medier erhålls av SimilarWeb.

Räckvidden presenteras som bruttoräckvidd, vilket innebär en sammanslagen räckvidd för samtliga artiklar där en och samma läsare kan räknas flera gånger. Varje artikels räckvidd baseras på publikationens unika läsare per månad.

För att få fram det urval som legat till grund för analysen Meltwaters plattform för online mediebevakning använts. Sett till den övergripande medieexponeringen har följande söksträng använts:

Kvantitativ sökning: (tobak* OR rökning OR röka OR cigarett* OR snus OR snusa)

Kvalitativ sökning: (title:tobak* OR title:rökning OR title:röka OR title:cigarett* OR title:snus OR title:snusa) NOT greps NOT rån NOT brott NOT stulna NOT stal NOT stals NOT hotfull NOT olovlig NOT hot NOT minderåriga NOT arg NOT rån försök NOT inbrott* NOT tull* NOT bestulen* NOT illegal* NOT smugg* NOT cannabis

Annonsvärde definieras som: Annonsvärdet anger en estimerad annonseringskostnad som exponeringen har genererat.