

# 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

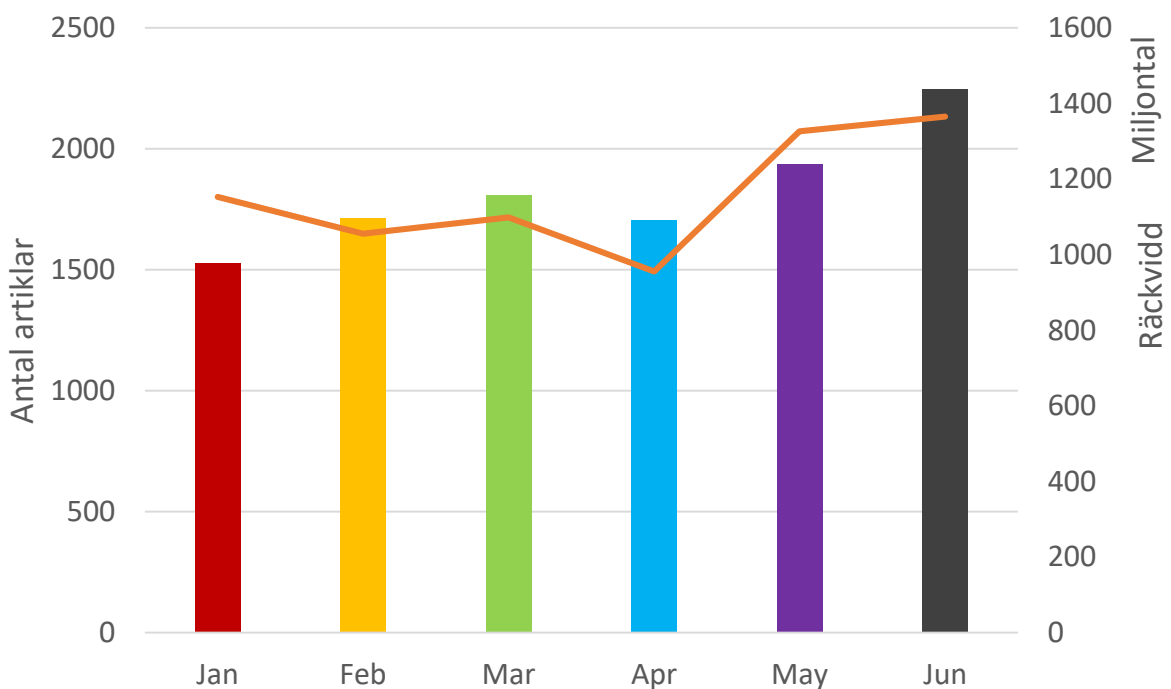


SVT  
31 maj  
Räckvidd: 4,7 M

# 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

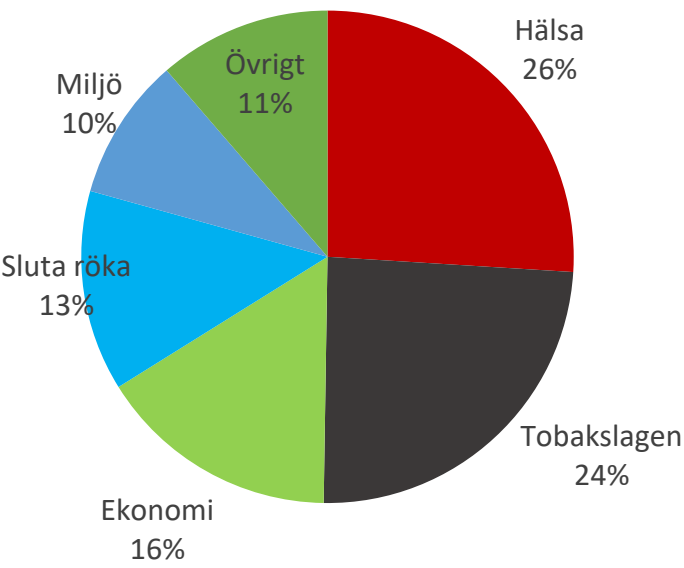
Ämnen

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**

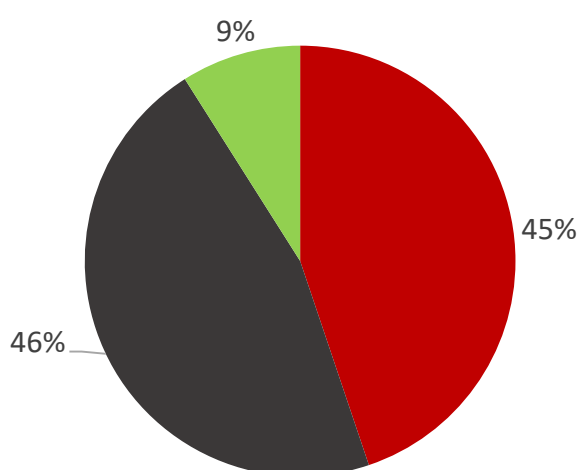
## Tonalitet 2019 - Kvalitativ

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     |



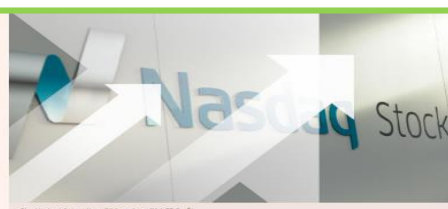
**Tobak är en miljöbov**

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

19 FEB 2019

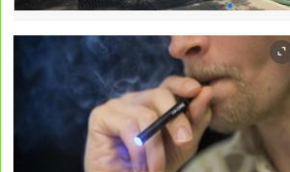


**Assa Abloy v**  
**stigande börs**

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

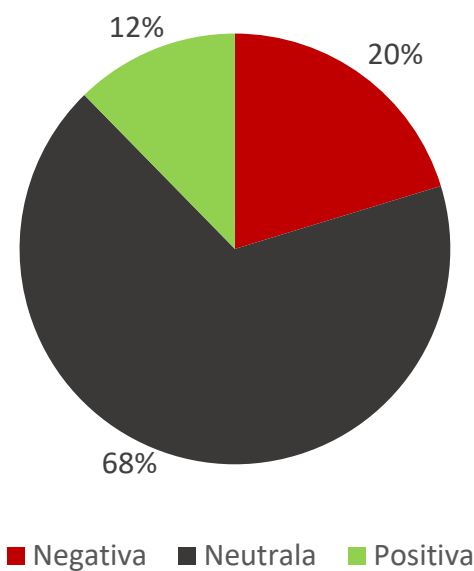
Skriv insändare

# 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 Stockholm  
Har du något att säga? Skriv en insändare

## Tonalitet - 2018

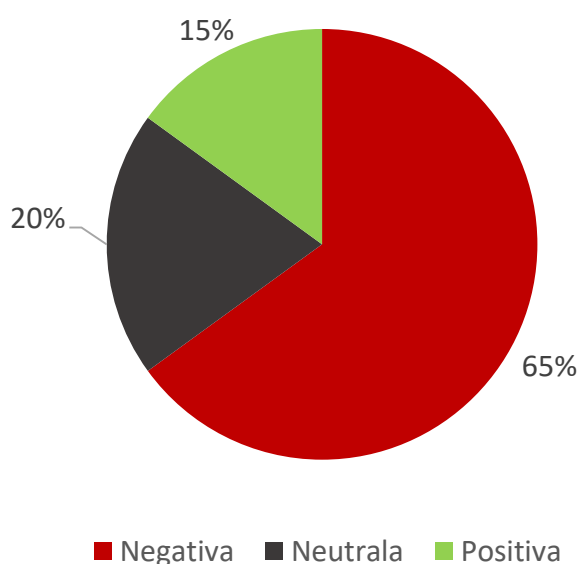
Nedan visas den kvalitativa tonaliteten för 2018.

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.

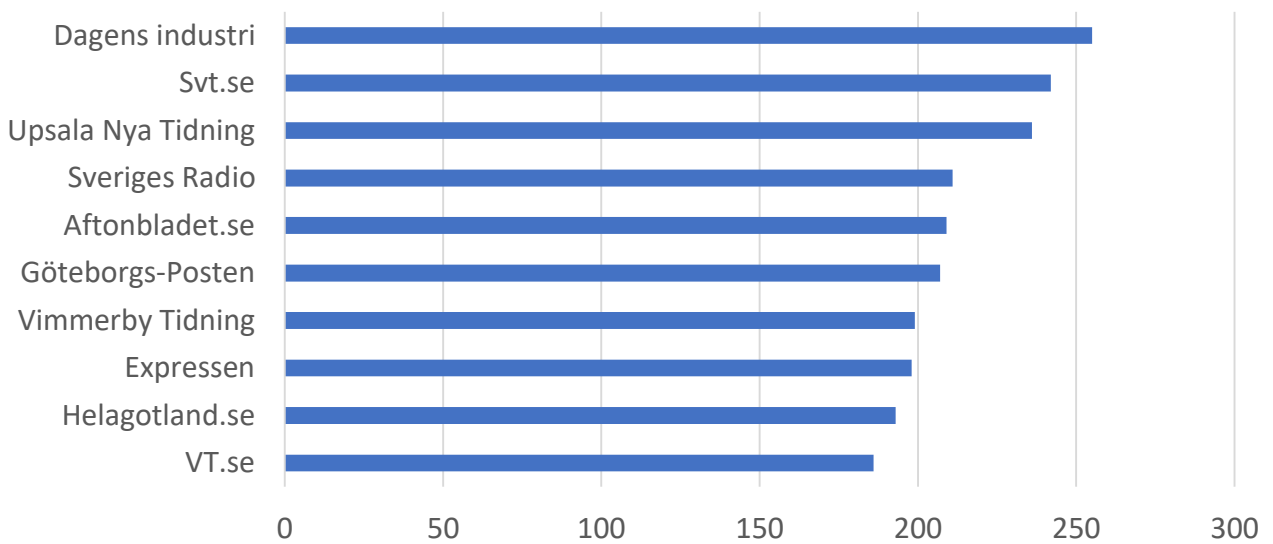
Kvalitativ tonalitet



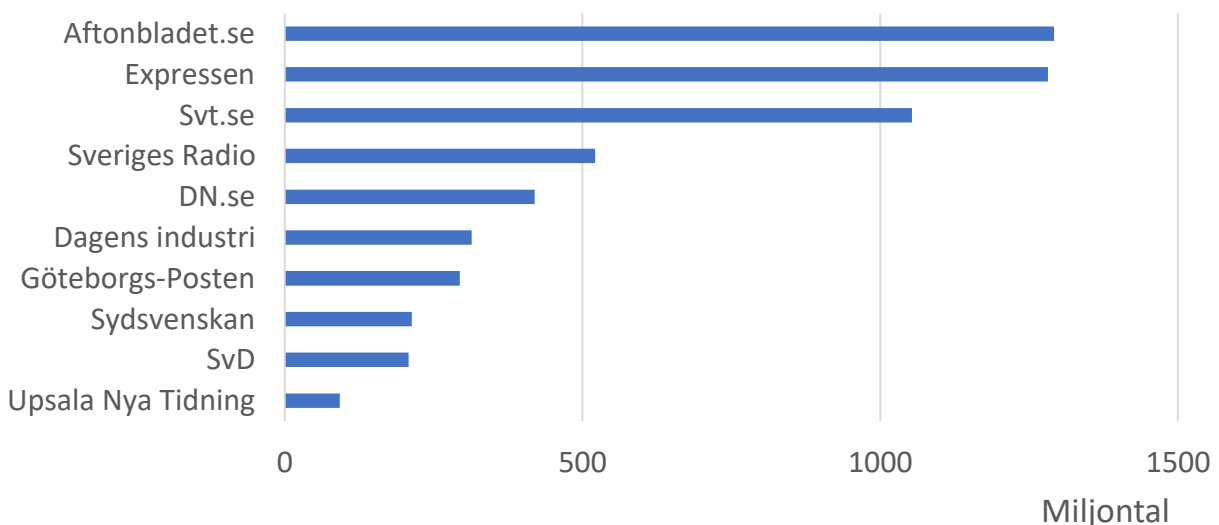
## Toppublikationer

Diagrammen visar vilka publikationer som publicerat flest artiklar där tobak omnämnts 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

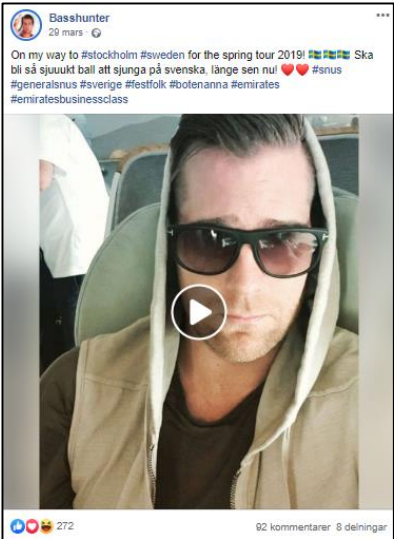
Nyckeltal

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<br>(Baserat på positiva artiklar) | 1,1 M SEK                |

Toppinlägg



Basshunter  
Facebook  
Räckvidd: 2,7 M



Expressen  
Facebook  
Räckvidd: 550 000

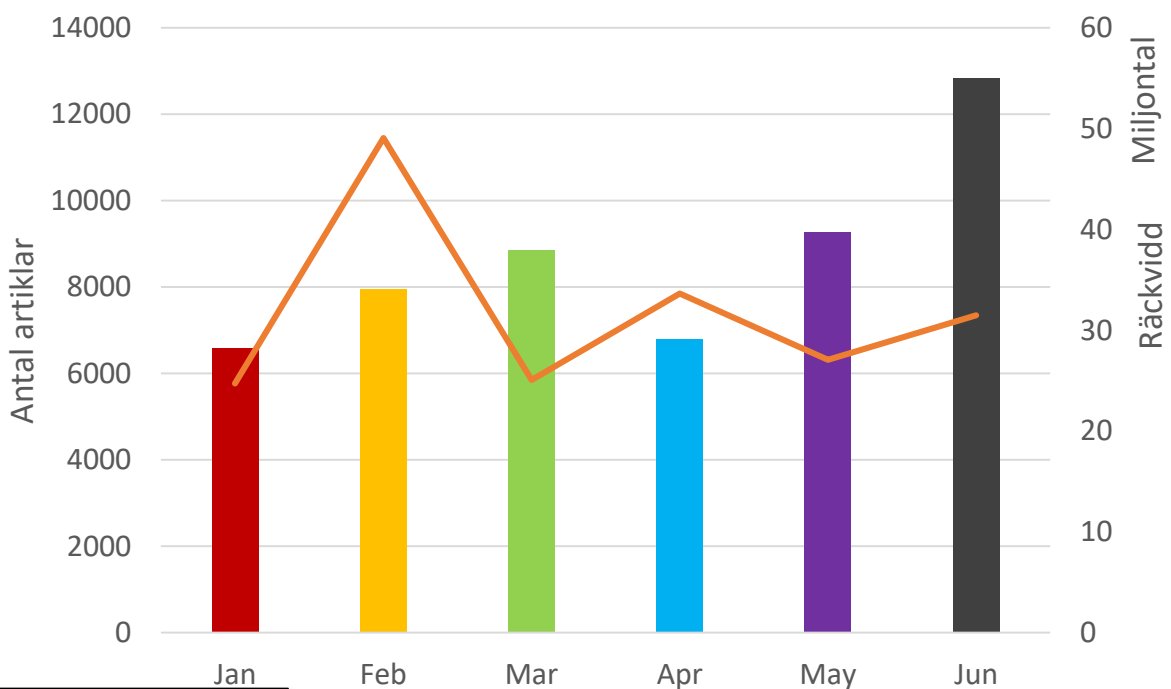


Världsnaturfonden  
Facebook  
Räckvidd: 520 000

# 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

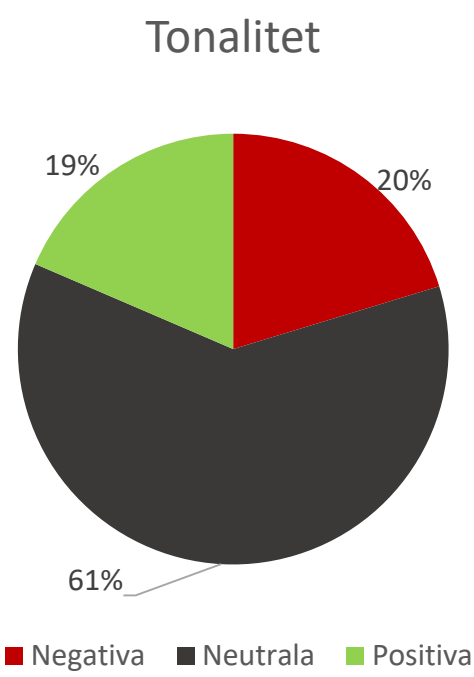


@SvD  
1 juni  
Twitter

# Tonalitet

## Sociala medier

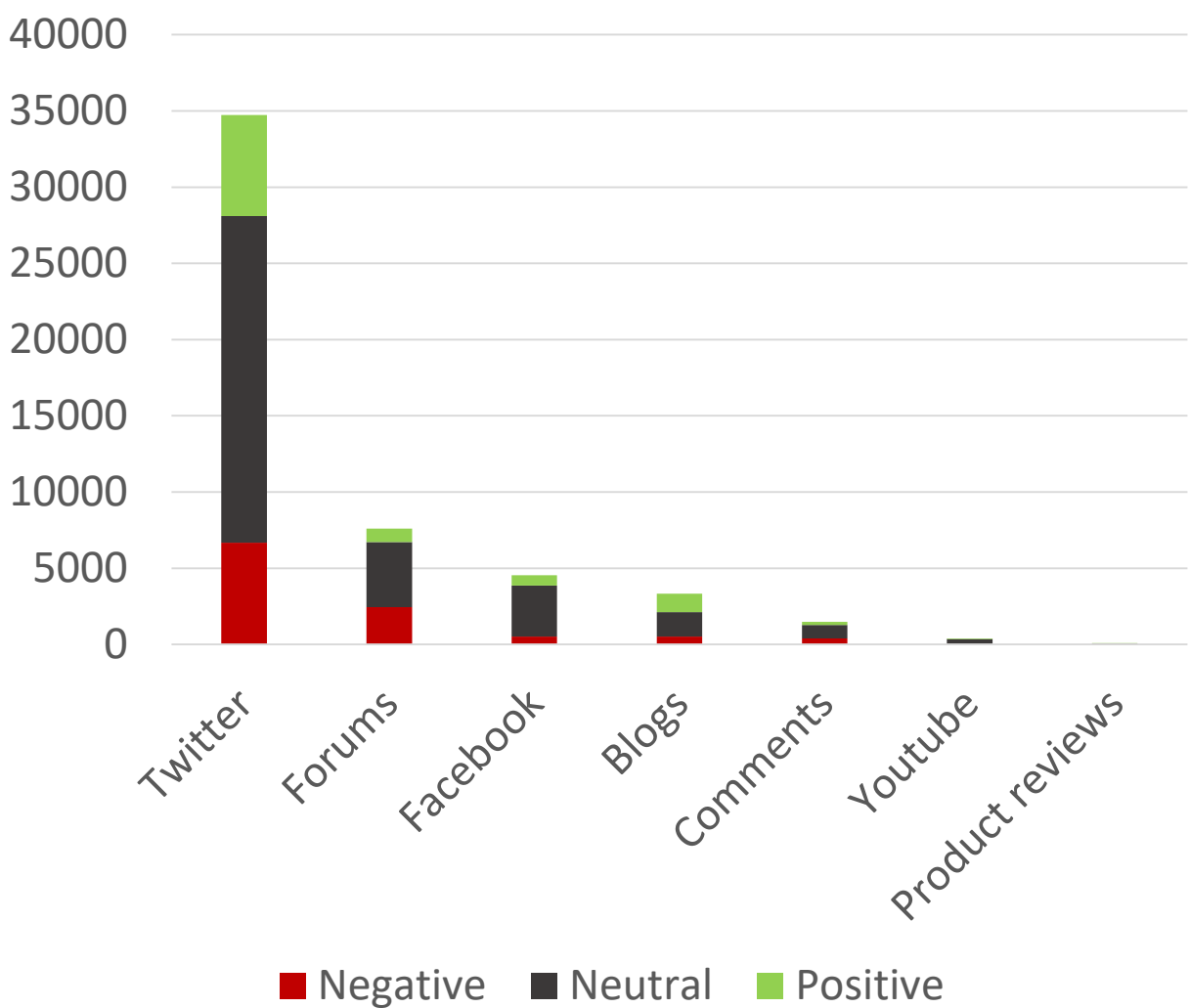
Tonaliteten i inläggen i sociala medier har fastställts automatiskt.



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

## Dominerande kanal

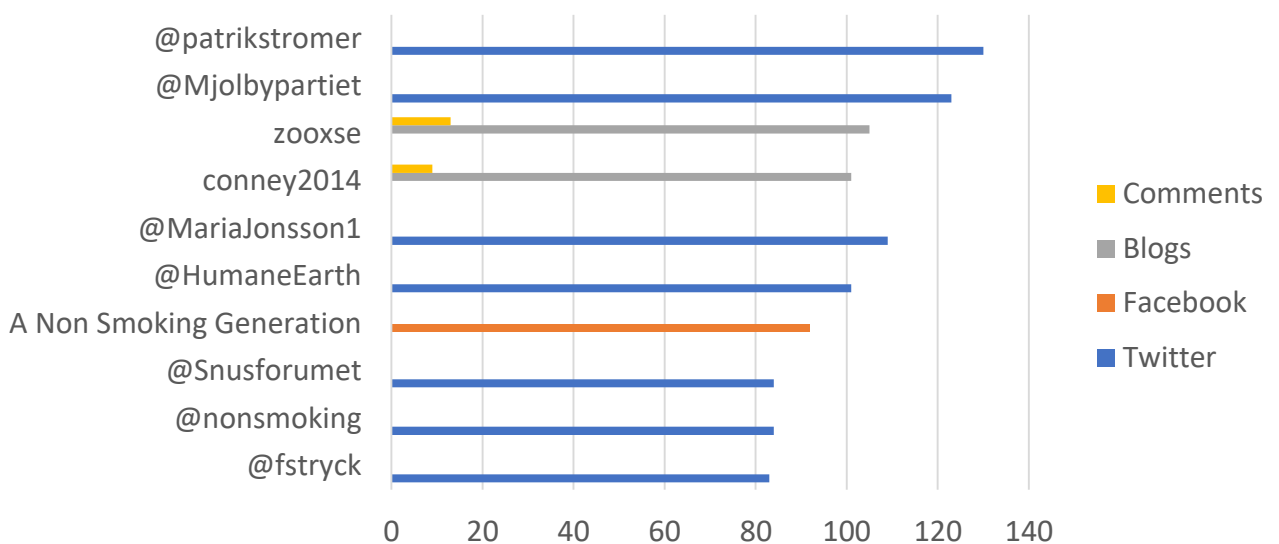
Staplarna visar i vilken kanal det har publicerats flest inlägg och även inläggens tonalitet inom respektive kanal.



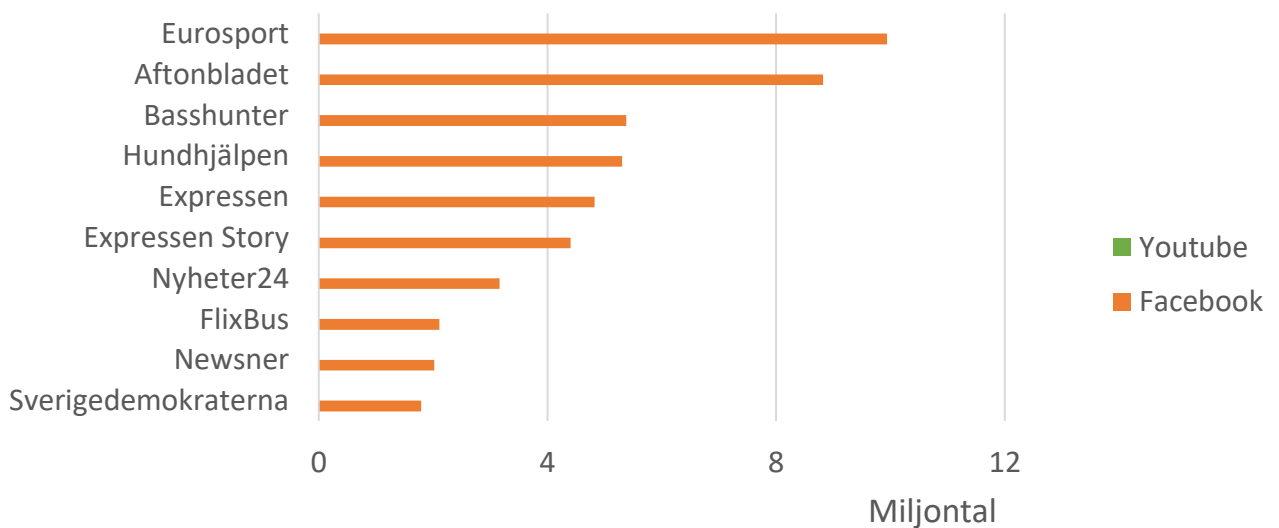
# Toppinfluencers

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.