

“Välj vego”

En argumentations- och legitimeringsanalytisk studie av Djurens Rätts webbtexter.

Malin Alrup

Institutionen för svenska och flerspråkighet

Examensarbete 15 hp

Språkkonsultprogrammet 180 hp

Examensarbete för språkkonsulter avseende kandidatexamen

Vårterminen 2018

Handledare: Gunilla Almström Persson

English title: Choose vegan: An argumentation and legitimizing analytic study of web texts published by Djurens Rätt.



Stockholms
universitet

“Välj vego”

En argumentations- och legitimeringsanalytisk studie av Djurens Rätts webbtexter.

Malin Alrup

Sammanfattning

I denna uppsats undersöks språkliga strategier i tre webbtexter från den ideella organisationen Djurens Rätt. Djurens Rätt måste i sina texter möta kommunikativa utmaningar i form av en diversifierad målgrupp och att fylla olika syften, eller funktioner, i texterna. Dessa funktioner innebär dels att försöka väcka intresse hos mottagaren för innehållet i texterna och dels att försöka påverka mottagarens attityder till en djurvänlig livsstil. För att undersöka olika strategier använder jag mig av argumentationsanalys och legitimeringsanalys.

Undersökningen visar på olika fynd, bland annat att Djurens Rätt i sina webbtexter arbetar mycket med auktoriteter, konsekvenser och exempel, men att de däremot inte arbetar med berättelser, explicita teser eller analogier. Dessa strategier verkar för att beroende av ämnet i den aktuella texten väcka mottagarens intresse eller påverka dennes attityder. Användningen av argument och legitimeringar beror på flera faktorer: ämnet, den tänkta målgruppen och den tänkta funktionen i den specifika texten. Djurens Rätt verkar även arbeta mycket med kunskap och förmedlingen av denna. Genom språket legitimeras denna kunskap, och att följa en vegansk kost.

Nyckelord

Argumentation, legitimering, språkliga strategier, kommunikativa strategier, webbtexter, ideell organisation, djurrätt

Innehållsförteckning

1. Inledning	1
1.1 Bakgrund	1
1.1.1 Djurens Rätt och dess målgrupper.....	1
1.2 Syfte	3
1.3 Frågeställningar	3
2. Material	3
3. Tidigare forskning	4
4. Teori.....	6
4.1 Argumentation.....	6
4.2 Legitimering	7
5. Metod	8
5.1 Legitimeringsanalytiska begrepp	8
5.2 Argumentationsanalytiska begrepp.....	10
6. Resultat.....	13
6.1 Text 1: Djur i livsmedelsindustrin.....	13
6.1.1 Argumentationsanalys	13
6.1.2 Legitimeringar	14
6.2 Text 2: Djurvänlig konsumtion.....	15
6.2.1 Argumentationsanalys	16
6.2.2 Legitimeringar	17
6.3 Text 3: Kor, kalvar & tjurar	19
6.3.1 Argumentationsanalys	19
6.3.2 Legitimeringar	20
7. Sammanfattning och slutdiskussion	22
7.1 Sammanfattning	22
7.2 Slutdiskussion	24
7.2.1 Vilka typer av argument och legitimeringar förekommer och varför	28
7.2.2 Vilka typer av argument och legitimeringar förekommer <i>inte</i> och varför	29
7.3 Tips till Djurens Rätt.....	30
7.4 Vidare forskning	31
8. Källor.....	32
8.1 Digitala källor	32
8.2 Litteratur	32
9. Bilagor.....	33
9.1 Text 1: Djur i livsmedelsindustrin.....	33
9.2 Text 2: Djurvänlig konsumtion.....	34
9.3 Text 3: Kor, kalvar & tjurar	35

1. Inledning

1.1 Bakgrund

Djurrättsliga frågor har länge debatterats flitigt i olika medier, och i takt med att siffrorna över människor i Sverige som numera väljer en växtbaserad kost över en animalisk kost ökar, ökar även debatten. Att konsumera eller att inte konsumera kött och andra animaliska produkter som ägg och mjölk är för många ett kontroversiellt ämne, och hur man med hjälp av språket ska möta detta är en av djurrättsliga organisationer som Djurens Rätts största utmaningar. Hur väcker man läsarnas intresse för ämnet och hur lyckas man vidare påverka läsarnas attityder till djurrätt och en vegansk kost?

1.1.1 Djurens Rätt och dess målgrupper

Djurens Rätt är Sveriges största djurrätts- och djurskyddsorganisation (djurensratt.se). Organisationen grundades 1882 och har i dag över 40 000 medlemmar att nå ut till. Organisationen är partipolitiskt obunden, och är beroende av frivilliga bidrag från medlemmar och gåvogivare. Djurens Rätts mål och vision är en värld där ”djur respekteras som kännande individer med rätt till sina egna liv” (djurensratt.se). Djurens Rätt vill ”vara djurens röst i samhället och försvara deras rättigheter” (djurensratt.se). Organisationen är emot utnyttjande av djur, t.ex. som i djurförsök och i livsmedelsindustrin. För att kunna väcka opinion måste organisationen försöka att nå ut till människor och sprida kunskap om de djurrättsliga ämnena. De måste följaktligen både lyckas fånga mottagarens intresse för djurrätt, och vidare försöka påverka individens attityder och värderingar kring djurrätt och konsumtion av animaliska produkter.

Enligt Djurens Rätts webbplats är det genom opinionsbildning, politisk påverkan och attitydförändringar som organisationen arbetar för att sprida kunskap och få igenom förändringar som ger djuren bättre liv. Djurens Rätt fokuserar primärt på den etiska sidan av utnyttjandet av djur.

Enligt Djurens Rätts kommunikationspolicy som jag har tagit del av har organisationen flera målgrupper. De identifierar både primära och sekundära målgrupper, där den primära gruppen utgörs av:

- kvinnor
- unga vuxna
- personer med utländsk bakgrund.

Den sekundära gruppen utgörs av:

- befintliga medlemmar
- djurintresserade barn och ungdomar
- djurintresserade personer kring pensionsåldern.

Jag kommer att generalisera de två överordnade målgrupperna till dels potentiellt nya medlemmar som ännu inte är insatta i djurrätt, och dels befintliga medlemmar eller personer som redan har ett visst intresse för djur eller djurrätt. Alltså finns det flera målgrupper med skiftande intresse i Djurens Rätts verksamhet, vilket gör spridandet av organisationens kommunikation till en utmaning. Således riktar sig Djurens Rätts texter och information inte bara till de som redan delar organisationens värderingar, alltså de som håller med om att utnyttjandet av djur är fel och som kanske själva arbetar mot utnyttjandet, exempelvis genom att inte äta kött. Djurens Rätt riktar sig primärt till potentiellt nya medlemmar – människor som kanske är nyfikna men som inte ännu är insatta eller övertygade om organisationens värderingar.

För att precisera denna diversifierade målgrupp och hur organisationen ska nå dessa finns det alltså en intern kommunikationspolicy. Där kan man bland annat se att de redan befintliga medlemmarna betraktas som en sekundär målgrupp, vilket visar på att Djurens Rätt i sin kommunikation prioriterar att fånga in nya potentiella medlemmars intresse. Beroendet av stöd från medlemmar och gåvogivare och det övergripande målet med organisationen sätter press på att i texterna både fånga mottagares intresse och att vidare påverka deras syn på djurrätt och allra helst få dem att bidra till arbetet. Att ”väcka intresse” kan innebära olika saker, jag syftar dels på att väcka intresse för de djurrättsliga frågorna och ämnena som texterna behandlar, och dels att väcka intresse för Djurens Rätt som organisation, eftersom ett av deras mål som sagt är att värva medlemmar och gåvogivare.

För att påverka någons tankebanor och kanske även i det här fallet livsstil krävs det en argumentation som passar målgrupperna och som legitimerar den kunskap som organisationen vill förmedla. Det är det jag vill undersöka närmare hos Djurens Rätt, mer specifikt på deras webbplats.

Målgruppen är alltså diversifierad. När flera olika målgrupper figurerar är det troligt att texterna har flera olika syften, eller *funktioner*. Texterna ska både fånga mottagarens intresse och påverka denna, och vara anpassade till olika målgrupper som kanske bör närmas på olika sätt. Vilka typer av argumentation appellerar till vilken funktion i texten? Vilka språkliga eller kommunikativa strategier förekommer i Djurens Rätts texter?

De dubbla funktionerna och den diversifierade målgruppen är således del av organisationens kommunikativa utmaningar, som de på ett strategiskt sätt måste möta genom sina texter. Att både väcka intresse och att påverka läsare är en utmaning eftersom målen kan mötas med ganska skilda strategier. Ett sätt att fånga mottagarens intresse för ämnet skulle säkerligen vara att gå på ganska aggressivt i ämnet för att väcka sympatier och kanske provokation. Men för att faktiskt påverka läsarna kanske denna strategi inte är lika ändamålsenlig. Det framgår i Djurens Rätts interna kommunikationspolicy att det är viktigt för organisationen att hålla en god ton, att rikta kritik åt rätt håll och att prata om vad de är *för* snarare än *mot*. Således är den aggressiva inställningen kanske inte passande. I ett kontroversiellt ämne som djurrätt är säkerligen bästa sättet att få med sig läsaren att just hålla en god ton och att fokusera på fakta, men också känslor.

1.2 Syfte

Syftet med denna uppsats är att undersöka vilka språkliga eller kommunikativa strategier som förekommer i Djurens Rätts webbtexter. Jag vill undersöka de språkliga strategier som förekommer i syftet att dels väcka intresse hos mottagare och dels för att påverka mottagarnas attityder.

1.3 Frågeställningar

- Med vilka språkliga medel väcker Djurens Rätt intresse bland sina mottagare för innehållet i sina webbtexter?
- Med vilka språkliga medel påverkar Djurens Rätt sina mottagares attityder till djurvänlig konsumtion i sina webbtexter?
- Hur legitimeras praktiker och vad är det som legitimeras?

2. Material

Djurens Rätt använder sig av flertalet olika kanaler för kommunikation, däribland Facebook, Instagram, Twitter och den egna webbplatsen www.djurensratt.se. De tre förstnämnda kanalerna består till största del av kortare texter med mycket bilder och videoklipp, och explicita uppmaningar till interaktion från läsaren, exempelvis i form av att ”gilla” det aktuella inlägget. På webbplatsen är texterna generellt längre, mer lika tidningsartiklar. Här finns inte möjligheten till interaktion mellan avsändare och mottagare på samma sätt som i de andra kanalerna. På webbplatsen är det Djurens Rätt som förmedlar kunskap. Det är den egna webbplatsen som jag har valt som fokus för denna undersökning. Texterna är slumpmässigt utvalda.

Djurens Rätt använder sig även av ett antal olika medier för att kommunicera med sina läsare, exempelvis visuella resurser som bilder och videoklipp. Men för denna undersökning har jag valt att fokusera på texter.

Undersökningens material utgörs av tre texter om sammanlagt 1254 ord från Djurens Rätts webbplats. Jag har avgränsat materialet till texter på webbplatsen bland annat för att arbetet inte ska bli för omfattande, och även för att jag vill analysera lite längre texter än de som finns publicerade i Djurens Rätts sociala medie-kanaler. Texterna på webbplatsen blir intressanta eftersom Djurens Rätt verkligen har utrymme för argumentation där. Dessutom handlar denna undersökning inte om att göra en jämförelse mellan olika kommunikationskanaler, därav tror jag att fokus på en kanal är passande.

Djurrätt består av många olika teman, exempelvis pälsindustrin, djur på cirkus och djur i livsmedelsindustrin. Jag har valt att fokusera på ’djur i livsmedelsindustrin’. Eftersom

livsmedelsindustrin är den industri där flest djur används och eftersom matvanor är ett kontroversiellt ämne tror jag att det blir intressant att undersöka de språkliga strategierna inom det ämnet. På webbplatsen finns det många texter om djur i livsmedelsindustrin, och jag har valt att analysera tre av dessa för att arbetet inte ska bli alltför omfattande.

Jag anser att texterna i mitt material är någorlunda typiska och representativa för Djurens Rätt, men att texterna också skiljer sig från varandra, exempelvis på grund av olika ämnesriktningar och olika syften med texterna. Texterna som jag ska analysera är:

- Djur i livsmedelsindustrin
- Djurvänlig konsumtion
- Kor, kalvar & tjurar

Djurens Rätts interna kommunikationspolicy är också en del av materialet eftersom jag där har fått information om organisationens målgrupper. Kommunikationspolicyn är som en sorts utgångspunkt för undersökningen.

Texterna går att läsa i sin helhet som bilagor i slutet av uppsatsen, i avsnitt 9 Bilagor.

3. Tidigare forskning

Tidigare forskning inom argumentation för ideella organisationer verkar vara ett magert område, alltså finns det inte många språkvetenskapliga arbeten inom det specifika ämnet. För att försöka nå argumentation i ideella organisationer har jag sökt mig till arbeten inom marknadsföring för liknande organisationer, men även där är det svårt att hitta arbeten som kommer in på just argumentation. På grund av detta är det svårt för mig att placera in mitt arbete i ett etablerat forskningsfält som innefattar just mina nyckelord, men det innebär förhoppningsvis att denna undersökning kan bidra med kunskap om webbtexter, argumentation och legitimering inom en ideell organisation.

Rehnman (2013) har i sin uppsats inte direkt gjort en argumentationsanalys eller undersökt legitimering, men hon har undersökt webbtexter hos en ideell organisation. Rehnmans diskussioner och undersökning rör vid ämnet argumentation på många sätt, exempelvis genom att diskutera hur trovärdighet för en ideell organisation byggs genom att denna visar sig vara pålitlig, och genom att ha en hög nivå av expertis, sådant som kan synliggöras genom argumentationsanalys och legitimeringsanalys. Rehnman diskuterar även hur ”övertygande argument, korrekta exempel och relevanta exempel” (Rehnman 2013:12) är viktigt för trovärdigheten.

Rehnman konstaterar hur viktigt förtroendet är för en ideell organisation, att en hög trovärdighet är avgörande för att fånga mottagares engagemang (jfr Rehnman 2013:11). Således kan trovärdigheten jämföras med de två textfunktionerna *väcka intresse* och *påverka attityder* som är centrala i min uppsats.

Rehnman diskuterar även budskapsstrategier (2013:12), som skulle kunna jämföras med kommunikativa strategier som jag ska undersöka i min uppsats. Om ämnet hänvisar Rehnman till Palm (2006), om att ett intresse för ämnet hos mottagaren är av största vikt för att

budskapet ska nå fram. Följaktligen är det oerhört viktigt för en ideell organisation att väcka intresse. Vidare konstaterar Rehnman att det är viktigt att mottagaren berörs av ämnet, och att konsekvenser kan ske tämligen omgående. Rehnman använder sig av begrepp som skulle kunna jämföras med begrepp från argumentation och legitimering som kommer att förklaras i avsnitt 5 Metod. *Igenkänning* (Rehnman 2013:12) kan jämföras med exempelargument och med legitimering genom expertauktoritet. *Konsekvensbeskrivning* (Rehnman 2013:12) kan jämföras med konsekvensargument. Detta är alltså strategier som ska ge mottagaren engagemang i den ideella organisationen.

Vidare undersöker Rehnman dessa strategier i texter hos den ideella organisationen Frivilligcentralen Eskilstuna, FCE. Studien utmynnar i en broschyr med 5 tips på textnivå som skulle hjälpa organisationen att bygga förtroende genom att förmedla rätt information (jfr Rehnman 2013:33).

Hurst, Reuben, Tidwell, Taylor & Hawkins, Darren (2017) har undersökt hur argument för och emot humanitär hjälp i form av bistånd påverkar amerikanska medborgares egen åsikt gentemot bistånd. De undersökte argument som de placerade in i fyra kategorier: information om kostnader, resultaten av biståndet för utvecklingsländerna, hur biståndet kan utveckla USA:s intressen och moraliska argument. Analysen visade att det var kostnader för biståndet och de moraliska argumenten som vägde tyngst hos de amerikanska medborgarna och således påverkade deras attityder till den humanitära hjälpen mest. Generellt visade det sig att amerikanerna är ganska skeptiska till humanitär hjälp, men att dessa typer av argument alltså påverkade dessa åsikter till mer positiva.

Vad Hurst, Tidwell och Hawkins undersökning visar är att argumentation är extremt viktigt för dessa typer av hjälporganisationer, och att argumentation kan bidra till attitydförändringar. Att argumentera väl och ändamålsenligt är nyckeln till att förmedla en positiv inställning till organisationens arbete och ämnet i sig. Följaktligen är argumentation en viktig komponent i information som har liknande karaktär, och en tydlig strategi för att påverka läsaren att tycka på ett visst sätt.

Om man söker vidare på legitimering har Van Leeuwen och Wodak (1999) gjort en studie med hjälp av legitimeringsanalys av officiella brev som innehöll avslag på immigranternas ansökan om att få återförenas med sin familj. I studien blottlägger de exempel på legitimeringar och placerar in dem i legitimeringens fyra huvudkategorier. Efter genomgång av de fyra kategorierna visar van Leeuwen och Wodak resultatet genom en tabell där man kan se att de mest använda typerna av legitimeringar i breven är opersonlig, auktoritär legitimering men främst moralisk abstraktion. Således är den språkliga strategin i breven att fokusera på att referera till auktoriteter och till moral, för att legitimera beslutet.

Skoglund (2014) undersöker i sin studie kommunikativa strategier i form av argumentation och legitimeringar i offentligfinansierade texter om tobaksavvänjning (jfr Skoglund 2014:11). Skoglund tar hjälp av argumentationsanalys och legitimeringsanalys för att blottlägga kommunikativa strategier i texterna, och studien syftar till att visa hur texternas föreställningar om tobaksavvänjning och om rökare legitimeras i texter som är riktade till olika målgrupper (jfr Skoglund 2014:64). Skoglund kommer bland annat fram till att de offentligfinansierade texterna ger intryck av att vara konstruerade för en patientcentrerad, diskursiv praktik som syns genom ”argumentationsstrategier som legitimerar eller dämpar styrande inslag genom analogier och metaforer” (Skoglund 2014:197). Alltså lyckas Skoglund förklara kommunikativa strategier i texterna med argument och legitimeringar. Skoglund ställer även upp tabeller för att visa vilka typer av argument och legitimeringar som är vanligast förekommande i de olika texterna.

Avslutningsvis använder sig Lofström (2016) av legitimeringsanalys för att undersöka värdegrundstexter från statliga myndigheter och kommuner, för att blottlägga hur dessa myndigheter argumenterar för användandet av de undersökta texterna (jfr Lofström 2016:18). Lofström kommer fram till att texterna innehåller kombinationer av olika legitimeringar, och att texterna legitimeras som ett bra redskap för kommunikation. Legitimeringarna sker på olika sätt, huvudsakligen genom rationalisering, men även genom andra typer. Med hjälp av legitimeringsanalysen kunde Lofström alltså ta reda på hur myndigheterna argumenterar, och vad de verkligen säger med sina argument i form av legitimeringar.

4. Teori

De inledande frågorna för undersökningen rör argumentation och legitimering, och i detta avsnitt kommer jag ge en teoretisk genomgång av de båda begreppen.

4.1 Argumentation

För att väcka intresse för djurrätt hos mottagare och för att förändra attityder behövs det argument som kan övertyga läsaren. En attityd är ett inre mentalt tillstånd som varken går att se, höra eller känna, och går därför endast att uppfatta indirekt (jfr Elmelund Kjeldsen 2013:347). Attityder berättar om en människas ståndpunkt, vad denna tycker i en specifik fråga. Genom argumentation kan man försöka förändra en attityd, beroende på mottagarens grad av motstånd till förändringen (jfr Elmelund Kjeldsen 2013:349). Djurens Rätt kan självfallet inte veta sina mottagares grad av motstånd, men genom argumentation kan de försöka möta olika grader av motstånd. Argumenten som ska övertyga läsaren kan vara av mer eller mindre explicit karaktär, men kommer förhoppningsvis att synliggöras av en argumentationsanalys. Härnäst följer en kort introduktion av argumentation och argumentationsanalys.

Ett argument är enligt Nationalencyklopedins uppslagsverk (ne.se) ”ett skäl som någon anger för att stödja eller säga emot ett påstående eller en uppfattning.” Argumentation handlar alltså om att övertyga. Argumentationsanalys handlar vidare om identifieringen och analysen av detta argument. Det handlar om ett kritiskt tänkande. Analysen är ett verktyg för att identifiera argument i text och tal, och kan även användas för att bedöma ett arguments beviskraft (jfr Björnsson 2009:11).

Argumentation som teori beskrivs bland annat av David Zarefsky i boken ”Rhetorical perspectives on argumentation” (2014) som består av en samling artiklar om argumentation. Argumentation är enligt Zarefsky praktiken att rättfärdiga påståenden som kan vara osäkra (jfr Zarefsky 2014:28). Argumentationen fastställer vad en person bör anse vara sanning, snarare än att fastställa ”objektiv” sanning. Det innebär vidare att argumenten kommer att testas och granskas, exempelvis av läsarna av argumenten. Detta innebär att de bästa argumenten bör användas, och att om dessa har genomgått denna typ av granskning blir de väldigt pålitliga (jfr Zarefsky 2014:28).

Zarefsky diskuterar vidare ”argumentation as a way of knowing”, alltså om argument och kunskap, och beskriver då hur en person själv bestämmer vad denna ska tro med utgångspunkt i sin egen passion och engagemang (jfr Zarefsky 2014:28).

När det talas om argumentation är det svårt att inte beröra retoriken eftersom argumentation ingår i retoriken, och är ett slags retorisk strategi. Inom den moderna retorikforskningen finns det en uppdelning av politiska väljare, men som här skulle kunna jämföras med läsare av Djurens Rätts texter, som består av fem grupper: *orubbliga motståndare*, *rörliga motståndare*, *tvivlare*, *rörliga anhängare* och *orubbliga anhängare* av ståndpunkten (jfr Elmelund Kjeldsen 2013:351). Dessa grupper skulle kunna jämföras med Djurens Rätts potentiella läsare för att illustrera olika grader av attityder som Djurens Rätt kan behöva möta. Utifrån Djurens Rätts målgrupper kan huvuddelen av läsarna gissningsvis ingå i grupperna tvivlare, rörliga anhängare och orubbliga anhängare. Detta innebär att Djurens Rätts texter möter mottagare som kan vackla åt båda håll när det kommer till deras attityder och inställningar till djurrätt. Det är detta som Djurens Rätt måste försöka möta med sina webbtexter, exempelvis genom argumentation.

4.2 Legitimering

Vid sidan av argumentation kan en text även realisera olika typer av legitimeringar. Detta innebär att text legitimerar en praktik, eller handling, genom språket. Ordet *legitimering* används här i betydelsen ”att bevisa eller styrka riktigheten eller rättmätigheten av något” (Svenska Akademiens ordbok, webbversion 2013 enligt Skoglund 2014:64). Legitimering kan enligt Skoglund beskrivas som ”svaret på uttalade eller outtalade varför-frågor” i en text (Skoglund 2014:64).

Med utgångspunkten att Djurens Rätt måste hantera kommunikativa utmaningar genom olika språkliga strategier, och att Djurens Rätt också har målet att påverka läsares attityder är det troligt att legitimeringar förekommer i deras webbtexter, för att legitimera praktiker som de förespråkar och vill övertyga om, exempelvis att inte äta kött. Att en handling legitimeras innebär således att denna handling beskrivs som ”rätt”. Vad det är som legitimeras och hur är en del av det jag ska undersöka. Härnäst följer en kort beskrivning av legitimeringsteorin.

Legitimeringsteorin som jag använder i denna undersökning följer Westberg (2016). Westberg har i sin tur använt sig av teorin enligt van Leeuwen. Westberg har i sin avhandling beskrivit van Leeuwens legitimeringsteori på svenska, och använder således svenska översättningar av originalbegreppen.

Legitimering är enligt Westberg (2016:25) en ”transformationstyp som reproducerar reglerande och rättfärdigande kunskaper om sociala praktiker.” Genom olika handlingar på textnivå realiseras legitimering, som besvarar varför vissa handlingar eller praktiker bör eller inte bör göras, på särskilda sätt. Genom att analysera text kan man alltså blottlägga olika strategier för att legitimera praktiker. Legitimeringsanalysen utgår från att avsändaren i en text kan legitimera olika praktiker med hjälp av språket. Beroende på hur någonting formuleras, och beroende av vilka stilgrepp som används kan avsändaren således legitimera exempelvis sig själv, en praktik eller annat som behandlas av texten och språket. Jag kommer att följa den metod som Westberg använder i sin avhandling (2016), som jag kommer att återkomma till i följande avsnitt.

5. Metod

För att besvara frågorna i den här undersökningen, dvs. med vilka språkliga medel som Djurens Rätt dels väcker intresse hos och försöker påverka sina läsare i sina webbtexter och hur praktiker legitimeras och vad det är som legitimeras i webbtexterna kommer jag att använda mig av två metoder: argumentationsanalys och legitimeringsanalys. De ovan nämnda teorierna om argumentation och legitimering faller ut i dessa metoder som kan identifiera olika språkliga medel som kan hjälpa mig att förstå vad Djurens Rätt förmedlar med sina webbtexter och hur de möter en diversifierad målgrupp.

Med hjälp av legitimeringsanalysen kommer jag att analysera Djurens Rätts webbtexter, genom att placera in meningar i olika legitimeringstyper och försöka se tendenser till språkliga strategier. Jag kommer även att försöka finna kopplingar mellan legitimeringstyper och de specifika ämnena eller funktionerna i webbtexterna. Undersökningen blir kvalitativ eftersom jag studerar de tre webbtexterna ingående.

Utifrån utgångspunkten att Djurens Rätt enligt den interna kommunikationspolicyn sprider kunskap om djurrätt genom *attitydförändringar* driver organisationen sannolikt argumentation i sina webbtexter. Därför behöver jag göra en argumentationsanalys, för att undersöka vilka argumentationstyper som förekommer i Djurens Rätts webbtexter.

Med utgångspunkt i att djurrätt och livsmedelsindustrin är ett kontroversiellt ämne måste Djurens Rätt genom sitt språk legitimera de praktiker som organisationen står för. De har eventuellt även olika strategier för olika målgrupper och beroende på ämnet och funktionen i den aktuella texten. Därför kan det tänkas att olika praktiker eller handlingar legitimeras i webbtexterna, och på olika sätt, för att försöka tillfredsställa de olika målgrupperna. Att följa Djurens Rätts värderingar ska ses som eftersträvansvärt utifrån texterna, för att läsarna ska instämma. Detta sker troligtvis även genom olika slags argumentationer i texterna, för att övertyga läsarna på olika sätt. För att ta reda på vad Djurens Rätt har för språkliga strategier, och för att undersöka argumentationer använder jag mig således dels av argumentationsanalys och dels av legitimeringsanalys. Dessa metoder kommer att hjälpa mig att försöka blottlägga olika språkliga strategier som används för att uppfylla olika funktioner (att väcka intresse hos mottagare och att påverka mottagare) i webbtexterna. Westberg nämner att tidigare svensk och internationell forskning tenderar att tillämpa legitimering som metod för argumentationsanalys (2016:197). Alltså verkar de två metoderna vara kompatibla med varandra, och förhoppningsvis ska de kunna ge en bred bild av hur olika språkliga strategier verkar i de valda webbtexterna.

Nedan går jag igenom de olika begreppen som ingår i metoderna. Alla de begrepp som jag behandlar kommer att vara redskap i min analys. Det är dessa begrepp som jag genom en språklig analys kommer att försöka identifiera i texterna. För att lyckas identifiera exempel på både legitimeringar och argument använder jag mig av definitionerna nedan och jämför med texterna från Djurens Rätt. I analysen kommer jag att visa exempel från texterna och förklara min kategorisering av dessa exempel.

5.1 Legitimeringsanalytiska begrepp

I legitimeringsanalysen kommer jag alltså att utgå från Westbergs metod (2016), och Westberg har i sin tur tagit inspiration av van Leeuwens legitimeringsanalys från 2008. Centrala begrepp är i enlighet med van Leeuwens överordnade uppdelning av legitimering, som består av *auktoritetslegitimering*, *moralisk legitimering*, *rationalisering* och *mytopoesis* som överordnade legitimerande strategier (van Leeuwen & Wodak 1999 och van Leeuwen 2008, enligt Westberg 2016:26). De olika typerna av legitimering har gemensamt att de alla i stort sett svarar på frågan *varför*. Varför en läsare ska följa eller inte följa en praktik, varför en läsare ska tro på påståenden i texten, och kanske varför en läsare ska ändra sina attityder. Dessa frågor besvaras genom att legitimera olika handlingar. För att koppla detta till undersökningens frågor skulle varför-frågorna kunna vara *Varför ska jag konsumera djurvänligt?* eller *Varför ska jag äta vego?* och *Varför ska jag läsa det som står i Djurens Rätts texter?* Eller *Varför ska jag ge pengar till Djurens Rätt?*

Jag kommer att undersöka om legitimeringar går att urskilja i Djurens Rätts webbtexter. Jag använder mig av legitimeringsanalys för att den på ett relevant sätt visar vad olika språkliga strategier kan få för effekter och hur de kan hjälpa till att legitimera kunskap som en avsändare vill förmedla.

Auktoritetslegitimering innebär legitimering genom att referera till olika typer av auktoriteter. Strategin besvarar frågan om varför något bör göras (på ett särskilt sätt) med betydelsen 'därför att auktoritet X säger så.' (Westberg 2016:44). Auktoriteten som är referens, alltså 'X', kan vara av typerna *sedvanetyp*, *auktoritetstyp* och *rekommendationstyp*. Dessa undergrupper kan i sin tur delas upp i ytterligare undergrupper där den första deltypen, *sedvanetyp*, kan delas upp i *konformitet* och *tradition*.

Konformitet handlar om vad alla andra eller de flesta gör, känner eller tycker, och den andra typen, *sedvana*, handlar om 'vad vi alltid har gjort' (Westberg 2016:44).

Den andra undergruppen till auktoritetslegitimering, *auktoritetstyp*, utgörs av de två undergrupperna *personlig* och *opersonlig* auktoritet.

Personlig auktoritet "bygger på mellanmännsliga överenskommelser om personers auktoritära status i särskilda institutionella sammanhang." (Westberg 2016:44), exempelvis den auktoritära status som en lärare har gentemot sin elev. Opersonlig auktoritetstyp legitimerar i stället "med hänvisning till mellanmännsliga och institutionaliserade överenskommelser som praktikdeltagare är förväntade att följa." (Westberg 2016:44), här kan det alltså exempelvis hänvisas till lagar och regler.

Den sista undergruppen inom auktoritetslegitimering är *rekommendationstyp*, som utgörs av deltyperna *expertauktoritet* och *förebildsauktoritet*.

Den legitimerande potentialen för expertauktoritet "bygger på expertis och kunskapsasymmetri snarare än institutionell status och aktualiserar den reglerande betydelsen 'därför att expert X säger så.'" (Westberg 2016:45), exempelvis hänvisning till vetenskapliga experter. Den legitimerande potentialen för förebildsauktoritet bygger i stället på social status och att ha någon som förebild, och inte kunskapsasymmetri eller den institutionella typen av status. Att referera till denna typ av auktoritet realiserar betydelsen 'därför att den socialt

aktade och föredömliga personen/gruppen X gör på detta vis.’” (Westberg 2016:45), vilket innebär att en grupp eller en person som man bör se upp till gör någonting specifikt.

Moralisk legitimering besvarar frågan om ”varför något ska göras med betydelsen ’för att det är moraliskt och kulturellt värdesatt’” (Westberg 2016:45). Strategin väcker moraliska värdesystem. Moralisk legitimering realiseras vidare genom tre val, *evaluering*, *abstraktion* och *jämförelse*.

Evalueringar ger uttryck för betydelsen ’gör X eftersom X är bra/naturligt/kulturellt värdesatt’ och legitimerar en praktik genom denna betydelse (Westberg 2016:46).

Abstraktion legitimerar genom referens till en praktik på abstrakta och moraliserande sätt.

Jämförelse legitimerar genom att jämföra och likställa en praktik med andra praktiker som är moraliskt uppskattade. Legitimeringen ger svar på varför en praktik bör praktiseras genom att ’praktik X är som/liknar praktik Y’ (Westberg 2016:46).

Rationalisering ”reglerar praktiker genom att representera dem som rationellt och förnuftigt motiverade.” (Westberg 2016:46). Rationalisering består av två undergrupper: *instrumentell* och *teoretisk* rationalisering, som i sin tur båda består av tre underordnade varianter.

Den instrumentella rationaliseringen legitimerar genom hänvisning till mål, motiv och ändamål för en praktik (jfr Westberg 2016:46) och kan därför tänkas svara på frågan varför något bör göras med att ’det uppfyller mål eller ger vissa effekter’. Instrumentell rationalisering realiseras i sin tur genom ett val mellan *målorienterad*, *medelorienterad* och *effekt- och resultatorienterad* rationalisering.

Målorienterad rationalisering uttrycker ’gör X för att nå mål Y’ och tillskriver praktiken mål och ändamål (Westberg 2016:46). Exempelvis hur en person lägger upp en kostplan för att nå en bättre hälsa.

Medelorienterad rationalisering ger uttryck för ’genom att X:a så Y’, där ’X’ är medlet för ’Y’. Den tillskriver praktiker syften, men inte ändamål. I stället rationaliseras praktiker eller handlingar som medel för att nå ett mål (Westberg 2016:46). Exempelvis hur en person varvar en kostkompis för att lyckas med sitt mål om en bättre hälsa, där kompisen således är medlet ’X’.

Effektorienterad rationalisering tillskriver praktiker resultat och effekter. Den ger uttryck för ’gör X, så att Y/ X:a, så blir Y Z’ där ’Z’ alltså är effekten av handlingen (Westberg 2016:47). Med effektorienterad rationalisering går syftet endast att se i efterhand, och inte som ett intentionellt mål som med målorienterad rationalisering (Westberg 2016:47).

Den andra mer överordnade gruppen, teoretisk rationalisering, legitimerar praktiker och dess deltagare genom att ”formulera rationaliserande sanningar om dem.” (Westberg 2016:46). Typen kan tänkas svara på frågan om varför något bör göras med att ”för att det är/kommer att vara så”. Även här förekommer tre undergrupper: *definition*, *förklaring* och *förutsägelse*.

Definition uttrycker betydelsen ’att X:a/praktik X är/betyder/innebär att Y:a’. Alltså uttrycker definitioner ”sanningar om vad det innebär att engagera sig i en praktik” (Westberg 2016:47).

Exempelvis ”Att äta vegansk kost är nyttigt.”

Förklaringar ger uttryck för ’praktikdeltagare X är/har/gör Y’ där ’Y’ alltså bestämmer vad som gör det ’naturligt’ för en praktikdeltagare att engagera sig i en given social praktik.” (Westberg 2016:47). Förklaringar artikulerar således sanningar om praktikdeltagare, i stället för sanningar om praktiken i sig. Sanningen om deltagaren förklarar att det är förenligt med denna deltagares natur att delta i den specifika praktiken (Westberg 2016:47).

Förutsägelser är den sista undergruppen, och den förutsäger en praktiks framtida utveckling.

Mytopoesis står enligt Westberg (2016:48) för ’skapandet av myter’. Strategin legitimerar exempelvis en handling eller praktik genom narrativer och exempel, där huvudpersoner belönas för att ha deltagit i den handling eller praktik som ska legitimeras. Det handlar alltså om ett slags berättande eller dramatiserande. Mytopoesis skiljer sig från de andra typerna av legitimering, denna typ verkar inte handla lika mycket om att svara på *varför*, utan legitimerar i stället genom en berättelse som syftar till att påverka läsaren. Det finns två undertyper av mytopoesis.

Moraliska berättelser visar exempel på ”hur ett önskat beteende leder till ett lyckligt slut” för huvudpersonen (Westberg. 2016:48). Den andra typen, *varnande mytopoesis*, fyller den motsatta funktionen. Westberg nämner också att mytopoetisk legitimering inte behöver innebära fullständiga berättelser, utan att de även kan bestå av mindre narrativa fragment.

Legitimering innebär sammanfattningsvis att legitimera specifika praktiker eller handlingar, och kan fungera som en språklig strategi i en text. Detta kan ske mer eller mindre medvetet från textförfattarens sida, men det finns sannolikt ett syfte att argumentera för en viss handling. En kanske mer vanlig språklig strategi är argumentation, som sannolikt innebär relativt medvetna val i en text. Kanske mer medvetna val än med legitimering som troligtvis inte är ett lika känt begrepp. Argumentation används inom de flesta delarna i samhället och i vardagen, men som språklig eller retorisk strategi finns det kategoriseringar för de olika typerna av argument. En beskrivning följer nedan.

5.2 Argumentationsanalytiska begrepp

På grund av att Djurens Rätt enligt sin kommunikationspolicy arbetar med attitydförändringar anser jag argumentationsanalys vara en passande metod för att se hur dessa attitydförändringar motiveras i webbtexterna. Med hjälp av analysen kommer jag att kunna urskilja olika typer av argument för att se om det finns typer som dominerar i olika texter som kanske har olika målgrupper och olika funktioner. I analysen kommer jag inte att behandla hållbarhet och relevans för textens olika argument, eftersom min undersökning fokuserar på själva kategoriseringen av argument för att se tendenser till språkliga strategier, och inte på argumentens enskilda värde.

Jag kommer nedan att gå igenom och kort förklara de olika typerna av argumentation som jag kommer att använda för att undersöka Djurens Rätts webbtexter. Jag kommer att använda nedanstående definitioner och exempel för att själv kategorisera argument i analysen. Att avgöra om ett argument understödjer ett annat kan verka godtyckligt, men enligt Bergström och Boréus får forskaren förlita sig på sin intuition och logik (Bergström & Boréus 2000:98). Alla begrepp kommer från *Argumentationsanalys* av Björnsson m.fl. (2009). Det finns många

olika kategoriseringar av argumentstyper, men jag använder mig av denna kategorisering eftersom jag anser att den på ett smidigt sätt täcker de vanligaste formerna av argumentation.

En tes är det som en text vill övertyga om, kärnmeningen i argumentationen som argumenten försöker stödja. Att hitta teser i texterna gör det enklare att identifiera argument, eftersom argumentationen då blir mer explicit och lättare går att jämföra med exemplen från Björnsson m.fl. (2009). Följaktligen kommer jag att leta efter teser i materialet. Teser kan också anses som en konkret strategi för argumentering i en text.

För att visa de olika typerna av argument har jag nedan konstruerat egna exempel som passar in i ämnet djurrätt. Beteckningarna *T* och *P* står för *tes* och *argument för tesen*, enligt uppställning av Björnsson m.fl. (2009).

Orsaksargument ”anger antingen orsaken till eller verkan av en företeelse som argument för företeelsens existens.” (Björnsson m.fl. 2009:104). Om tesen för argumentationen exempelvis är ”Avel är negativt för djurens hälsa.” så ska argumentet peka på verkan av avel för att stödja tesen. Det ska alltså finnas en orsak-verkan-relation för att ett argument ska kategoriseras som ett orsaksargument. Exempelvis:

- T* Avel är negativt för djurens hälsa.
- P* Fler djur än någonsin dör i dag på grund av avel.

Argumenten för tesen måste vara pålitliga och vara tydligt kopplade till tesen för att vara hållbara och relevanta.

Exempelargument lyfter fram något som ett exempel på ett generellt förhållande (Björnsson m.fl. 2009:106). Argumentationen handlar om att peka på beteenden eller händelser som styrker tesen. För att argumentationen ska vara hållbar och relevant gäller det att exemplen verkligen stämmer, och att de är bra exempel på vad tesen vill belägga. För att bevisa en allmänt generaliserande tes krävs det fler än ett eller enstaka exempel (jfr Björnsson m.fl. 2009:106).

- T* Avel är negativt för djurens hälsa.
- P* Hönor växer så fort att deras ben ofta inte orkar bära deras vikt.

Auktoritetsargument hänvisar till experter eller annan auktoritet för att belägga att tesen är sann (Björnsson m.fl. 2009:107). För en hög hållbarhet och relevans hos auktoritetsargument gäller det att den nämnda experten verkligen har sagt det som påstås, och även att den nämnda experten är tillförlitlig (jfr. Björnsson m.fl. 2009:108). Hänvisning till en ansedd vetenskaplig tidskrift är ett exempel på auktoritetsargument (jfr. Björnsson m.fl. 2009:108).

- T* Avel är negativt för djurens hälsa.
- P* Enligt utredning av X ökar hönors hälsorisker när de är framavlade.

Konsekvensargument används ofta i värdefrågor. Konsekvensargumentens funktion är att ”ge stöd för att påbjuda eller förbjuda en handling utifrån om handlingens effekter är bra eller dåliga.” (Björnsson m.fl. 2009:110). Alltså handlar argumentationen om att visa positiva eller negativa effekter/konsekvenser av en handling eller praktik, och på så sätt påbjuda eller förbjuda handlingen. Hur hållbart och relevant ett konsekvensargument är beror dels på hur

sannolik sambandet mellan handling och konsekvens är, dels hur positiva eller negativa konsekvenserna är (jfr Björnsson m.fl. 2009:110).

T Avel borde förbjudas.

P Om vi slutar avla djur kommer deras hälsa att förbättras avsevärt.

Regelargument syftar likt konsekvensargument på att argumentera för eller emot handlingar. Argumenten hänvisar till att en handling står i strid mot eller går i linje med någon form av regel som ska följas. Det kan även gälla plikter (jfr Björnsson m.fl. 2009:111). Hållbarheten och relevansen för argumentet beror på om regeln verkligen omfattar den aktuella händelsen, och om regeln är rimlig i situationen (jfr Björnsson m.fl. 2009:111).

T Avel borde förbjudas eftersom det ökar lidandet för djur.

P Enligt lag X bör lidandet för djur minskas.

Analogiargument innebär att göra jämförelser med eller betona liknelser från ett sammanhang för att peka på att samma resultat förväntas uppnås i ett annat sammanhang (jfr Björnsson 2009:108). Argumentstypen är vanligt förekommande i värdefrågor (jfr Björnsson 2008:108). Hållbarheten och relevansen för argumentet beror på om vi har skäl att tro på att den jämförda händelsen verkligen har skett, och om de två sammanhanget faktiskt är lika varandra på ett relevant sätt (jfr Björnsson 2009:108).

T Avel borde förbjudas för att minska lidandet för djur.

P När avel förbjöds i land X minskade lidandet för djuren i landet.

6. Resultat

I detta avsnitt kommer jag att gå igenom analysresultaten för de tre webbtexterna separat. För var text kommer jag först att beskriva resultaten av argumentationsanalysen och sedan legitimeringsanalysen. På detta sätt kommer jag att undersöka Djurens Rätts språkliga och kommunikativa strategier i de tre webbtexterna.

Jag kan direkt konstatera att ingen av de tre texterna som jag har undersökt innehåller någon helt tydlig, explicit tes. Detta har givetvis gjort argumentationsanalysen svårare, exempelvis genom att det har blivit svårare att identifiera argument. Samtidigt möjliggör avsaknaden av teser andra intressanta iakttagelser av texternas argument, som att valet att *inte* använda explicita teser skulle kunna vara en språklig strategi från Djurens Rätts sida.

6.1 Text 1: Djur i livsmedelsindustrin

6.1.1 Argumentationsanalys

I texten Djur i livsmedelsindustrin har jag identifierat 12 tydliga argument, varav 1 är ett regelargument, 1 är ett orsaksargument, 4 är konsekvensargument och resterande 6 är exempelargument. Analysen hade även kunnat betyga flera auktoritetsargument, men i arbetet har dessa kategoriserats som exempelargument på grund av avsaknad av källhänvisningar i argumenten, vilket alltså gör att referensen till en explicit auktoritet saknas.

I texten används alltså flera typer av argumentation: exempelargument, konsekvensargument, ett regelargument och ett orsaksargument. Kategoriseringen är svår, eftersom många påståenden i texten skulle kunna tolkas som auktoritetsargument eftersom de tydligt bygger på fakta, men det finns inte fotnoter eller andra källor explicit utskrivna i texten, vilket gör argumenten till gränsfall. Exempelvis:

- (1) På ett år dödas omkring 100 miljoner landlevande djur i den svenska livsmedelsindustrin.

Detta och liknande argument skulle då i stället kunna kategoriseras som exempelargument, och således som exempel på industrins effekter, eller som exempel på varför man bör konsumera djurvänligt. Med den kategoriseringen fylls texten av exempelargument som alla syftar till att förmedla kunskap om de negativa effekterna av livsmedelsindustrin. Exempelargument används således på flera ställen, och det förekommer flera tydliga exempel som i följande citat:

- (2) Livsmedelsindustrin är det område där det största antalet djur används, antingen för att producera mat eller för att själva bli mat.

Här kan vi se hur livsmedelsindustrin framställs som negativ, och som belägg för detta ställs genom texten flera exempel upp som styrker bilden. Exempel (2) kan även kategoriseras som orsaksargument, eftersom det tydligt framgår att det finns en orsak till att så många djur används inom livsmedelsindustrin.

I samma stycke kan man urskilja en annan typ av argument, konsekvensargument, exempelvis:

- (3) Som en följd av hård avel och hög produktion blir djur i ägg- och mjölkindustrin i regel uttjänta efter några få år, eller ännu kortare tid.

Jag kategoriserar exemplet som konsekvensargument eftersom djurens öde som beskrivs är en konsekvens av aveln. Konsekvenssambanden syns även språkligt genom formuleringen ”som en följd av”. Argumentet används sannolikt för att läsaren ska få en konkret bild av vad för negativa effekter industrin genererar. Konsekvensargument påträffas även i meningen:

- (4) Vi anser att all uppfödning av djur inom livsmedelsindustrin innebär ett oacceptabelt utnyttjande av djuren, eftersom det tar ifrån dem deras liv.

Här kan vi se att texten vill förmedla att all uppfödning av djur är fel, eftersom konsekvensen av det är att ta ifrån dem deras liv. Även här kan vi språkligt se belägg för konsekvenssambandet genom ordet ”innebär”, som pekar på en konsekvens av en handling eller praktik. Funktionen med konsekvensargument är att exempelvis förbjuda en handling utifrån handlingens negativa konsekvenser (jfr Björnsson m.fl. 2009:110). Exemplet argumenterar för hur man inte bör bidra till livsmedelsindustrin, eftersom det innebär ett oacceptabelt utnyttjande av djur.

Det förekommer även ett exempel på regelargument:

- (5) Det ställs krav på ökad kontroll och strängare regler.

Här vill Djurens Rätt sannolikt visa på att djurhållningen är så pass negativ att stränga regler behövs. Detta ska kanske få läsaren att känna att det inte endast är känslor och moral iblandat, utan även legitimiteten i regler.

6.1.2 Legitimeringar

De mest framträdande legitimeringstyperna i texten är auktoritetslegitimering och instrumentell rationalisering. Även bland legitimeringarna hade det kunnat bli fler exempel på auktoritetslegitimering om det i texten hade funnits explicita källhänvisningar. Man kan kanske se en tendens här till att konsekvensargument bidrar till den instrumentella rationaliseringen, eftersom båda i grund och botten handlar om att få ut en konsekvens, positiv eller negativ, av en specifik handling. Konsekvensargumenten kan följaktligen vara en språklig strategi för att legitimera kunskapsförmedlingen om livsmedelsindustrin, och därigenom en ingång för Djurens Rätt till att förmedla och legitimera kunskap i ämnet.

Auktoritetslegitimering i form av sedvana har jag identifierat på två ställen:

- (6) Gemensamt för dessa djur är att de alla känner smärta och lidande.
- (7) De allra flesta människor blir illa berörda när de ser ett nyhetsinslag om djur som lider under transporter eller misshandlas på slakteriet.

Här kan vi se hur orden *alla*, och *de allra flesta*, indikerar referens till sedvana av typen konformitet, alltså vad ’alla eller de flesta känner’. I det här fallet legitimeras det att djur

precis som vi känner smärta och lidande, och legitimerar att vi människor blir illa berörda av djurs lidande. Detta ska alltså dels få läsaren att se djuren som kännande individer, och dels känna ett moraliskt ansvar att inte bidra till detta lidande. På så sätt legitimeras kunskap om djuren i livsmedelsindustrin, och att läsaren inte bör bidra till den praktiken, alltså till industrin.

I texten förekommer också exempel på målorienterad instrumentell rationalisering i exemplet:

- (8) Djurens Rätt arbetar för sådana omedelbara förbättringar av djurens förhållanden.

Denna mening beskriver en del av Djurens Rätts mål med sitt arbete, och den framhåller därigenom att om läsaren stödjer Djurens Rätts arbete kommer denna att bidra till förbättring av djurens förhållanden. Denna förbättring framhålls som ideal, och därför ska läsaren vilja bidra. Djurens Rätt framställer även sig själv som en slags auktoritet, sannolikt av rekommendationstypen expert eller förebildlighet, eftersom Djurens Rätt sitter på kunskapen och arbetar för detta högst moraliska, och för vissa kanske även förebildliga, syfte.

Texten är en inledande text till kategorin ”djur i livsmedelsindustrin” på Djurens Rätts webbplats. Texten verkar alternera mellan de två funktioner, dels att väcka intresse hos mottagaren och dels att påverka läsaren. Den första delen av texten bygger på ren information som sannolikt ska väcka intresset hos läsare som inte sedan tidigare känner till informationen, och den andra delen av texten vädjar mer till känslor och handlingar och syftar därför sannolikt till att påverka läsaren.

Jag urskiljer en tendens att exempelargument gärna används när syftet främst är att väcka intresse, och att konsekvensargument gärna används både när syftet är att väcka intresse och att påverka läsaren. Exempelargument är ett bra sätt att förmedla fakta och kunskap och att visa att denna kunskap stämmer. Konsekvensargument kan användas på samma sätt, men också exempelvis för att visa på positiva konsekvenser av att göra ”det rätta”, eller för att visa vad Djurens Rätt står och arbetar för.

Sammanfattningsvis visar analys att texten legitimerar kunskap om livsmedelsindustrin, mer specifikt kunskap om hur negativ den framställs vara. All kunskap pekar sannolikt mot ett övergripande mål om att påverka läsaren att själv bidra, och sättet som läsaren kan bidra är genom att *inte* bidra till livsmedelsindustrin, alltså att inte konsumera animaliska livsmedel. På så sätt skulle texten kunna legitimera *en vegansk kost*. En av de språkliga strategierna för att nå detta är då legitimering av kunskap om livsmedelsindustrin och legitimering av en vegansk kost, främst genom exempelargument och konsekvensargument.

6.2 Text 2: Djurvänlig konsumtion

Texten Djurvänlig konsumtion innehåller två delar som handlar specifikt om djur i livsmedelsindustrin, men i det avslutande stycket ”Djurmateriäl i vår vardag” skiftas textens fokus mer åt materiäl gjorda av djur och djurtester. Trots skiftet bort från djur i livsmedelsindustrin kommer jag att analysera även denna del av texten, för att få en helhetsbild av texten och dess språkliga strategier. Jag väljer därför att se på legitimeringar i

det avslutande stycket som legitimeringar av ungefär samma praktik som i resten av texten, fast det där snarare blir uppmaning till en vegansk *livsstil* än endast en vegansk *kost*. Alltså handlar det sista stycket om samma uppmaning om veganism, med skillnaden att läsaren kan ta veganismen till nästa nivå.

Beträffande teser verkar denna text ha större benägenhet att använda tes, fast placeringen av den potentiella tesen gör det nog till ett gränsfall om den verkligen kan kategoriseras som en tes.

6.2.1 Argumentationsanalys

Denna text domineras av argument som jag har kategoriserat som konsekvensargument. Texten genomsyras av en uppmanande anda med formuleringar direkt riktade till läsaren, till skillnad från de andra texterna, och för att nå detta uppmanande används konsekvensargument som strategi, för att belysa de positiva konsekvenser som kommer med att konsumera djurvänligt. I texten har jag identifierat 11 tydliga argument, som jag huvudsakligen har kategoriserat som konsekvensargument, fast de ser lite olika ut. En del argument är raka påståenden, exempelvis:

(9) Djur utnyttjas för att det finns en efterfrågan på djurprodukter.

Andra argument är direkta uppmaningar till läsaren, exempelvis:

(10) Genom att välja veganskt kost kan du rädda flera tusen individer under en livstid.

Likväl består de olika formerna av konsekvensargument alla av ett konsekvenssamband mellan konsumtionen av djurvänliga produkter och ett positiv resultat. Det ges i texten stöd till att påbjuda handlingen att konsumera djurvänligt (jfr Björnsson m.fl. 2009:110). Flera av argumenten är tydligt av konsekvensart, men ibland är det inte lika lätt att kategorisera argumenten. Ett exempel är den inledande meningen som lyder:

(11) För ett samhälle där djur inte ses som varor.

Fristående kan meningen måhända inte tolkas som ett konsekvensargument, men tillsammans med rubriken som står precis innan, ”Djurvänlig konsumtion”, kan meningen tolkas som en fortsättning på rubriken, och därav en konsekvens av rubriken, alltså konsumtionen.

Således verkar Djurens Rätt tendera att använda sig av konsekvensargument som strategi när det gäller att rikta sig direkt till läsaren och att verkligen uppmana denna att göra någonting. Detta är till skillnad från de andra texterna som är mer inriktade på kunskapsförmedling för att väcka intresse. I texten framhävs alla positiva konsekvenser som läsarens djurvänliga val skulle ge, och även några av de negativa konsekvenserna om läsaren *inte* gör det ”rätta” valet. Detta verkar alltså vara en av Djurens Rätts strategier för att försöka påverka läsaren. Enligt Björnsson m.fl. (2009:109) används konsekvensargument ofta i värdefrågor, vilket stämmer överens med denna text.

(12) Djur är inte varor!

I denna avslutande mening skriver Djurens Rätt explicit ut sin ståndpunkt och uppmanar på så sätt läsaren att dela åsikten. Meningen kan inte tydligt placeras in i någon av kategorierna för varken legitimering eller argumentation, men den är likväl ett utstickande drag bland de språkliga strategierna. Meningen skulle kunna tolkas som en tes, men att den placeras sist i texten gör att man inte lika tydligt kan koppla argumenten i texten till den. Enligt Bergström och Boréus understödjer en tes inte andra påståenden själv, utan den får endast tyngd av andra påståenden (jfr Bergström & Boréus 2000:101), vilket innebär att tesen nog bör stå tidigt i en text, för att argumenten ska kunna stärka tesen. Förekomsten av tesen beror sannolikt på textens mer uppmanande form.

6.2.2 Legitimeringar

Texten domineras av instrumentella rationaliseringar, som alltså ger uttryck för betydelsen 'gör X för att nå mål Y' (jfr Westberg 2016:46). Som nämnt ovan domineras texten av konsekvensargument, och de kan nog anses gå hand i hand med instrumentell rationalisering, eftersom båda handlar om en typ av konsekvensförhållande. Detta kan visa på att typen av legitimering passar att använda i en text som är menad att påverka läsaren, vilket verkar stämma överens med texten. Men det förekommer även några exempel på moralisk legitimering i form av evaluering, vilket alltså också skulle kunna vara en strategi för att påverka läsarens attityder, om än inte lika tydligt. Texten är ändå mest homogen i legitimeringen av de texter som jag undersöker, kanske på grund av den mer uppmanande och direkta stilen.

Nedan följer några exempel på legitimeringar från texten. I texten är konsekvens Djurens Rätts ingång till att förmedla och legitimera kunskap i ämnena djurvänlig konsumtion och vegansk kost.

Det förekommer alltså flera exempel på instrumentell rationalisering. Redan den första meningen under rubriken berättar om syftet med både texten och med Djurens Rätts arbete i stort:

(13) För ett samhälle där djur inte ses som varor.

Eftersom exemplet berättar om syftet med texten tolkar jag meningen som en målorienterad instrumentell rationalisering, där vi som nämnt ovan kan se meningen som ett "svar" på rubriken: Djurvänlig konsumtion – för ett samhälle där djur inte ses som varor. Om vi ser på meningen som ett svar kan vi analysera den som antingen målorienterad eller medelorienterad. Anledningen till att det är svårt att definiera meningen som *en* legitimeringstyp är att de båda handlar om att göra någonting (X) för att nå ett positivt resultat (Y).

I följande meningar kan vi se ett mer självklart exempel på målorienterad instrumentell rationalisering:

(14) Genom att konsumera djurvänligt så kan du påverka situationen. Varje djurvänligt val innebär att djur räddas från lidande och förtryck.

Detta kategoriserar jag som målorienterad rationalisering eftersom positiva konsekvenser av en praktik, att konsumera djurvänligt, betonas. Att rädda djur från lidande framhålls som ideal, som läsaren alltså borde sträva efter enligt legitimeringen. Men meningarna kan också analyseras som teoretiska rationaliseringar, i form av definition, eftersom definitioner

artikulerar sanningar om vad engagemang i en praktik innebär, enligt betydelsen 'att X:a är/betyder/innebär att Y:a' (Westberg 2016:47). Alltså, om man praktiserar en djurvänlig konsumtion bidrar man på så sätt till mindre lidande för djuren. Jag tolkar således meningarna som att de har dubbel legitimering.

I texten förekommer även ett exempel på auktoritär legitimering, sedvana i form av konformitet, i meningen:

- (15) Idag äter en av tio svenskar vegomat och intresset för den veganska kosten har ökat kraftigt under de senaste åren.

Exemplet legitimerar att det blir allt vanligare med vegomat, och att om läsaren ansluter sig till denna kost blir hen en del av en grupp, som dessutom gör någonting eftersträvänsvärt.

I texten finns en explicit uppmaning med, som en rubrik, nämligen:

- (16) Välj vego

Exemplet och även hela stycket som följer är av mycket uppmanande karaktär jämfört med det mesta i materialet. Här skriver Djurens Rätt att valet att äta en vegansk kost är ett av de viktigaste valen läsaren kan göra i sin vardag, och hur det kan rädda tusentals individer. I stycket legitimeras den veganska kosten alltså mycket konkret och explicit genom att peka på positiva konsekvenser av att "välja vego". Exemplet skulle kunna tolkas som moralisk evaluering, om man utgår från att syftet med uppmaningen är betydelsen "Välj vego eftersom vego är bra", vilket det sannolikt är eftersom det följande stycket är argument för hur "vego" är bra.

I samma stycke påträffas två meningar som jag har kategoriserat som moralisk legitimering i form av evaluering:

- (17) Den veganska maten är dessutom hälsosam, näringsriktig, variationsrik och smakar gott.
- (18) Som tur är finns det massor av material som inte behöver medföra att djur utnyttjas.

Jag kategoriserar exemplen (17) och (18) som evalueringar eftersom meningarna fungerar som en sorts implicita uppmaningar till att äta vegansk kost och att leva en vegansk livsstil. Exempel (17) beskriver praktiken att äta vegansk kost, och legitimerar alltså denna. Man kan i exempel (17) även se adjektiv som beskriver praktiken: hälsosam, näringsriktig, variationsrik. Den veganska kosten legitimeras här alltså som det ideala valet, då det enligt texten är bra för både djuren och den egna hälsan. Adjektiv är enligt Westberg en central resurs för legitimering i form av evaluering (jfr Westberg 2016:46). I exempel (18) förekommer dock inga tydliga adjektiv som indikator på evaluering, men meningen uppmanar tydligt läsaren till att använda de djurvänliga materialen eftersom dessa inte medför lidande. Detta sker genom betydelsen 'gör X eftersom X är bra' (jfr Westberg 2016:46), eftersom minskat lidande måste anses vara en moraliskt 'bra' effekt av ett val.

I exempel (17) ser vi även exempel på moralisk värdering i "smakar gott" där Djurens Rätt legitimerar den veganska kosten genom att värdera hur den smakar. Moralisk värdering syns

även i exempel (18). Där kan vi se uttrycket ”som tur är” som bidrar till att legitimera att material som inte är gjorda på djur är att föredra, och således det moraliskt rätta valet.

En intressant strategi i det sista stycket är att Djurens Rätt återkommer som en slags auktoritet i följande exempel:

- (19) Djurens Rätt vill underlätta för konsumenter att välja produkter som inte innehåller djurdelar, eller där produktionen inneburit lidande för djur.

Här kan man se hur Djurens Rätt ställer sig själva i en slags expertroll som både vet vad som är moraliskt eftersträvansvärt och som kan hjälpa läsaren att övergå till en vegansk livsstil. Exemplet skulle kunna kategoriseras både som den auktoritära rekommendationstypen expert eller förebildsauktoritet. Jag väljer att kategorisera exemplet som förebildsauktoritet eftersom jag tror att Djurens Rätts status som auktoritet snarare bygger på social status och förebildlighet än kunskapsasymmetri. Självklart sitter Djurens Rätt på djup kunskap i ämnet, men jag tror ändå att läsare i första hand ser moralen och förebildligheten. På så sätt framställer Djurens Rätt sin egen organisation som en auktoritet.

6.3 Text 3: Kor, kalvar & tjurar

6.3.1 Argumentationsanalys

Med reservation för olika tolkningar har jag identifierat ca 22 argument i texten, varav merparten är auktoritetsargument, på grund av alla hänvisningar till källor, och exempelargument. Flertalet exempel på konsekvensargument förekommer även. Uppdelningen av antalet argument har i denna text varit svårare eftersom en del argumentstyper överlappar varandra.

I denna text finns flertalet fotnoter för att belägga textens påståenden, vilket jag tolkar som ett slags auktoritetsargument, eftersom det explicit finns en auktoritär källa bakom påståendena. Källorna kan man hitta längre ner på webbsidan där texten är publicerad. Följande mening är ett exempelargument, som alltså ger ett exempel på det negativa med industrin, om man försöker läsa ut en tes mellan raderna:

- (20) Kalvarna tas ifrån korna direkt efter födseln.

Många av dessa argument står i samklang med exempelargument, eftersom argumenten som har belägg i källor även ofta är exempel på det som texten vill förmedla – kunskap om industrin. Texten vill förmedla kunskap om kor, kalvar och tjurars situation i livsmedelsindustrin, och det är detta som argumenten ger exempel på. Exempelvis hela stycket ”Vad händer med kalvarna?” kan ses som exempelargument. Nästan varje mening är ett påstående om djurens vardag i industrin. Alltså dominerar både auktoritets- och exempelargument i texten.

Det förekommer också flera exempel som jag kategoriserar som konsekvensargument, exempelvis följande mening:

- (21) Eftersom korna är lakterande under större delen av sitt liv innebär reglerna att de kan hållas inomhus över 90 procent av sitt liv.

Här pekar texten på den negativa konsekvensen av kornas laktering enligt lag, och vill få fram hur det finns möjlighet till att kringgå de regler som finns kring djurhållning. Denna typ av argument skulle möjligen kunna kategoriseras som orsaksargument, men jag anser att meningen snarare syftar till att lyfta fram konsekvenser än att betona en orsak-verkan-relation. Följande mening är också ett exempel på konsekvensargument:

- (22) För att korna ska producera mjölk måste de föda kalvar. Därför insemineras korna (utsätts för konstgjord befruktning) ungefär en gång per år.

Här visar argumenten på hur konsumerandet av mjölk har som konsekvens att korna blir inseminerade.

Det finns också ett helt textstycke som kan kategoriseras som regelargument, nämligen det under rubriken ”Bedräglig reklambild” där det står om bestämmelserna för utevistelse, och att industrin enligt Djurens Rätt kringgår bitar i bestämmelserna. Här handlar det alltså om en form av regler som bättre borde reglera djurhållningen.

Det förekommer alltså flera exempel på konsekvensargument, men kanske ännu fler exempelargument. Om fotnoterna räknas som auktoritet förekommer det även många auktoritetsargument. I denna text vill Djurens Rätt upplysa läsaren, och få denna att tänka om och avstå från att bidra till mjölkindustrin, och för att väcka läsarens intresse verkar de här använda sig mycket av dessa tre typer av argumentation. De visar på exempel och konsekvenser av att stötta industrin, och de belägger alla påståenden för att läsaren ska tro på påståendena.

6.3.2 Legitimeringar

Texten uppvisar flera olika typer av legitimeringar, bland annat auktoritetslegitimering i form av sedvana och konformitet, exempelvis i meningen:

- (23) Inom mjölkindustrin tas kalven normalt från kon direkt eller någon dag efter födseln.

På ordet ”normalt” kan vi se hur texten betonar att det negativa som beskrivs, att kalven tidigt tas ifrån kon, är brukligt inom industrin och att det således sker ofta och systematiskt. Meningen syftar då till att legitimera kunskap om livsmedelsindustrin.

Det förekommer även flera exempel på den auktoritära legitimeringens undergrupp rekommendationstyp i form av expert, när det gäller meningarna med källhänvisningar, eftersom de refererar till en expertauktoritet.

I texten används det ett moraliskt värderande ord i en av rubrikerna, ”bedräglig” i ”Bedräglig reklambild”. Detta legitimerar det negativa i mjölkindustrin.

Det förekommer även exempel på opersonlig auktoritetstyp. I stycket ”Bedräglig reklambild” kan man i följande mening se hur opersonlig auktoritetstyp används för att visa på hur industrin i praktiken inte följer de regler (auktoriteten som är som referens) som existerar:

- (24) Eftersom korna är lakterande under större delen av sitt liv innebär reglerna att de kan hållas inomhus över 90 procent av sitt liv.

Här visar Djurens Rätt på hur regeln kringgås, och att regler kringgås är inte bra eftersom regler enligt legitimeringen är en typ av auktoritet. Alltså bidrar även denna legitimering till att skapa helhetsbilden av mjölkindustrin som negativ och inte förenlig med Djurens Rätts (eller läsarens) värderingar. Denna bild framställs för att väcka intresse genom att förmedla kunskap om industrin.

Slutligen har jag påträffat ett exempel som jag kategoriserar som moralisk legitimering i form av jämförelse, i meningen:

- (25) Ekologiska kor blir också till genom insemination och de är av samma högmjölkkande raser, som lika ofta drabbas av juverinflammation (16).

Här legitimerar texten att läsaren inte heller bör konsumera ekologisk mjölk, eftersom de korna genomgår samma lidande som för den icke-ekologiska mjölken. Eftersom detta lidande legitimeras som icke-önskvärt bör läsaren inte heller vilja bidra till det, enligt strategierna. I slutet av citatet kan man också se en fotnot, som alltså kan tolkas som en auktoritetslegitimering i form av rekommendationstypen expert.

Exempel (25) skulle förutom konsekvensargument kunna kategoriseras som målorienterad, instrumentell rationalisering. Meningen visar på ett syfte eller mål med insemineringen, och målet är mjölk.

Sammanfattningsvis legitimeras kunskap om livsmedelsindustrin i texten. Denna text rör inte praktiken vegansk kost i samma utsträckning som texten ”Djurvänlig konsumtion”, men det övergripande målet med texten och argumenten är sannolikt att slå ett slag för vegansk kost.

Eftersom denna text inte har tydliga uppmaningar utan bygger på fakta, exempel och källor gissar jag att den främst är inriktad på att väcka intresse hos läsaren. Texten förmedlar kunskap om industrin och djurens upplevelser till de som inte redan visste om detta. Alltså kan man anta att texten i första hand riktar sig till potentiella nya medlemmar, personer som inte är insatta i ämnet än. Så kanske existerar det en koppling mellan auktoritetsargument, exempelargument, och därför även auktoritär legitimering och instrumentell rationalisering och att väcka intresse för ämnet hos läsare.

7. Sammanfattning och slutdiskussion

7.1 Sammanfattning

Jag har gjort en kvalitativ undersökning av tre webbtexter hos Djurens Rätt med hjälp av argumentationsanalys och legitimeringsanalys, och har genom dessa metoder identifierat olika typer av argument och legitimeringar i texterna, som fungerar som språkliga strategier. Jag har använt just dessa metoder för att visa hur Djurens Rätt argumenterar för sina ståndpunkter. Kunskap om livsmedelsindustrin och att följa en vegansk kost är de primära legitimeringarna, de legitimeras på olika sätt och samma text kan innehålla flera olika legitimeringsstrategier och typer av argument, som tenderar att bero på syftet, funktionen med de olika texterna och den tänkta målgruppen. Det har även blivit uppenbart att Djurens Rätt inte använder sig av explicita teser i dessa webbtexter, vilket kan bero på att de på andra sätt försöker nå läsares intresse och påverka deras attityder. Efter analysen står det klart att de tre texterna skiljer sig lite i sin funktion, sitt fokus och argumentation, och detta har visat att Djurens Rätt utnyttjar ett antal olika strategier för att uppfylla olika funktioner.

I början av uppsatsen nämnde jag att funktionen att ”väcka intresse” kan innebära olika saker, och i denna undersökning har fokuset blivit på att undersöka hur Djurens Rätt väcker intresse för de djurrättsliga frågorna och ämnena som behandlas i de tre texterna. Jag har alltså inte haft samma fokus på hur Djurens Rätt väcker intresse för själva organisationen och för att stödja denna med medlemskap eller gåvor, vilket kan bero på att Djurens Rätt inte använder explicita uppmaningar till att bli medlem eller till att ge en gåva i de webbtexter som jag har undersökt. Ämnet i de olika texterna har helt klart varit i fokus och har därmed naturligt blivit fokus i min analys.

De olika texterna är publicerade på olika nivåer på webbplatsen, vilket kan påverka de olika strategierna. Detta kommer att diskuteras vidare i avsnitt 7.2 Slutdiskussion. Nedan följer en sammanfattning av analysresultaten för de tre texterna.

Text 1: Djur i livsmedelsindustrin

Strategierna i texten ”Djur i livsmedelsindustrin” handlar främst om att visa exempel och betona konsekvenser och regler för att legitimera kunskap om livsmedelsindustrin, med en eskalerande moralisk ton genom texten. Livsmedelsindustrin framställs på så sätt som en negativ industri som skapar lidande och negativa effekter, dels för djur men också för människans moral, genom att ett bidragande till industrin enligt textens legitimeringar går emot den önskade moralen. Texten är faktainriktad, men samtidigt som den appellerar till intellektet appellerar den också till känslor genom moraliska incitament. Texten försöker dels väcka intresse för ämnet hos läsaren genom exempel och fakta, och dels påverka läsarens attityder genom konsekvenser och moral. Legitimeringen som framkallas av olika typer av argument befäster Djurens Rätts kunskap i ämnet, och förmedlar den vidare till läsaren. Målet med argumenten och informationen är sannolikt en legitimering av vegansk kost, eftersom det är sättet som man som läsare kan stoppa lidandet som industrin skapar. De legitimeringar som huvudsakligen verkar i texten är auktoritär legitimering och instrumentell, målorienterad legitimering.

Språket i sig är inte explicit laddat, det förekommer exempelvis inga värdeord. Det handlar alltså snarare om vad som uttrycks genom argumenten och vad som i konsekvens legitimeras.

Utifrån argumentationen och legitimeringen kan texten kanske främst gissas vara riktad till potentiellt nya medlemmar, de som inte ännu är insatta i ämnet. Detta eftersom texten inte utgörs av explicita uppmaningar, utan främst fokuserar på information för att upplysa. Men den andra delen av texten fokuserar mer på moral, människor och deras känslor gentemot livsmedelsindustrin vilket kan innebära ett fokus på attitydförändringar och vara riktad till båda de olika målgrupperna.

Argumentationsanalysen visar att texten inte har några explicita teser utskrivna. Djurens Rätt fokuserar i stället på förmedling av kunskap och implicita moraliska uppmaningar som sker genom legitimeringen av det negativa i livsmedelsindustrin och i förlängning att följa en vegansk kost.

Text 2: Djurvänlig konsumtion

Texten ”Djurvänlig konsumtion” har en mycket mer uppmanande karaktär, och är sannolikt i det närmaste helt inriktad på funktionen att påverka läsaren. Läsaren uppmanas att ändra sina vanor. För att uppnå detta arbetar texten företrädesvis med att lyfta fram goda konsekvenser med att följa uppmaningarna. Denna övertygande strategi utförs genom konsekvensargument, och till följd målorienterad instrumentell rationalisering. Både denna form av rationalisering och konsekvensargument har ett fokus på mål, ändamål och en konsekvens-relation, vilket gör att de verkar sammanfalla relativt naturligt. Några exempel på moralisk legitimering i form av evaluering identifieras också, vilket kan tyda på att även det kan vara en strategi för att påverka läsaren.

Genom dessa strategier, främst rationaliseringen, legitimeras således kunskap om djurvänlig konsumtion och varför det är positivt och eftersträvänsvärt. Texten väddar mycket till känslor och till läsarens moral. Men intressant nog är moralisk legitimering inte ett så tydligt drag i texten som man skulle kunna tro. Avsaknad av moralisk legitimering kommer att diskuteras längre fram, i avsnitt 7.2.2.

Spekulationer kring vilken den tänkta målgruppen kan vara sker utifrån gissningen att textens huvudsakliga funktion är just att påverka. Detta ger gissningen att den tänkta målgruppen är de som redan är nyfikna och kanske lite insatta i djurrättsliga frågor, och som eventuellt redan är medlemmar, men som inte har tagit steget att ändra sin livsstil på alla nivåer. Då kan denna text fungera som uppmanande information till att ta det steget. Med andra ord tror jag inte att texten i första hand är riktad till helt nya mottagare som inte är det minsta övertygade i ämnet sedan innan. Då hade texten nog haft drag av exempel och fakta, som i text 1.

Denna text kan anses mest benägen att innehålla explicita teser av de tre texterna, som exempel (12) ”Djur är inte varor!” där man kan se ett tydligt ställningstagande. Dock kommer tesen först i den allra sista meningen, så argumenten i texten kan kanske inte riktigt anses vara argument för en tydlig tes, men tesen är absolut en förstärkning av budskapet i hela texten.

Text 3: Kor, kalvar & tjurar

Texten ”Kor, kalvar & tjurar” vilar tydligast på experter, forskning och auktoriteter. I stället för att appellera till känslor och moral appellerar texten till kunskap. För att uppnå denna ton har Djurens Rätt använt sig av några olika typer av argument, företrädesvis typerna auktoritet,

exempel och konsekvens.

Auktoritetsargumenten har verkat för att ge vetenskaplig tyngd till textens påståenden, och har därigenom belagt all fakta. Detta har lett till auktoritär legitimering som legitimerar kunskap om livsmedelsindustrin.

Exempelargumenten ger läsaren en inblick i djurens upplevelser av industrin. Detta leder också till auktoritär legitimering eftersom upplevelserna styrks av auktoriteter i form av källor.

Konsekvensargumenten i texten verkar vidare kunna kopplas till målorienterad, instrumentell rationalisering på grund av en gemensam konsekvens-orientering.

Det som de olika typerna av argument och legitimering ger som effekt är att legitimera kunskap om livsmedelsindustrin, och att i förlängning legitimera en vegansk kost. Den primära funktionen med texten kan gissningsvis vara att väcka intresse, eftersom den inte innehåller uppmaningar om förändring till läsaren utan snarare förmedlar kunskap för att läsaren ska bli intresserad och bildad, vilken för Djurens Rätt förhoppningsvis sedan leder till ett engagemang från läsaren. Detta skulle kunna kopplas till en målgrupp av den primära typen för Djurens Rätt, alltså potentiellt nya medlemmar.

Texten innehåller inga explicita teser, utan strategierna går snarare ut på att förmedla kunskap om mjölkindustrin och implicita uppmaningar i form av legitimeringar.

De språkliga strategierna i denna text verkar alltså gå ut på att belägga kunskap genom exempel och auktoriteter, men också användningen av konsekvenser som effekt för att visa vad industrin orsakar. Allt detta bidrar till kunskap om industrin och legitimeringen av vegansk kost, eftersom konsumtion av mjölk avråds genom informationen om industrin.

7.2 Slutdiskussion

Jag är medveten om att undersökningen endast är ett nedslag i Djurens Rätts webbtexter, och att jag efter analys inte kan dra generella slutsatser om Djurens Rätts webbtexter eller ännu mindre deras kommunikation, utan endast spekulera och se tendenser. Om jag hade haft ett större material hade jag kanske påträffat helt andra strategier än vad denna undersökning visar. Nedan följer en diskussion kring analysresultaten och de inledande forskningsfrågorna.

Undersökningen har inte kunnat ge svar på alla de frågor som har uppkommit under undersökningens gång, som hur nivåerna på webbplatsen påverkar strategierna i texterna, eller den primära anledningen till varför Djurens Rätt fokuserar så pass mycket på kunskap i texterna. En del av organisationens kommunikativa drag och mål har jag kunnat urskilja i deras kommunikationspolicy, men utöver detta har jag fått resonera och gissa mig till anledningar till användandet av vissa strategier.

Undersökningen har däremot gett svar på en hel del om hur strategierna kan se ut, och alltså kunnat svara på delar av mina inledande frågor, som löd:

- Med vilka språkliga medel väcker Djurens Rätt intresse bland sina mottagare för innehållet i sina webbtexter?
- Med vilka språkliga medel påverkar Djurens Rätt sina mottagares attityder till djurvänlig konsumtion i sina webbtexter?
- Hur legitimeras praktiker och vad är det som legitimeras?

De tre webbtexterna är till att börja med av olika karaktär, vilket dels kan bero på olika fokus av ämne, men också på att texterna har lite olika positioner på webbplatsen. Text 1 och 2 är mer av inledande karaktär, alltså att de står som första text under "sitt ämne" i hierarkin på webbplatsen. Text 1 står således som första text i kategorin "Djur i livsmedelsindustrin" och text 2 står som första text i kategorin "Djurvänlig konsumtion". Text 3 finns däremot att läsa ett steg djupare ner i hierarkin, läsaren måste alltså själv trycka ett steg längre under kategorin "Djur i livsmedelsindustrin" för att nå texten. Analys av ytterligare en text hade kunnat ge kunskap om skillnader på strategier beroende på var på webbplatsen en text finns att läsa. En gissning som verkar stämma väl med fynd från min analys är att de texter som är djupare i hierarkin är än mer faktainriktade. Om en läsare verkligen är nyfiken på att lära sig mer, exempelvis om just kor, kalvar och tjurar, letar denna sannolikt upp just den information som denna är ute efter.

Ett fynd från analysen är hur Djurens Rätt genomgående arbetar med kunskap, och varför det är en av deras primära strategier kan det finnas flera svar på. Det kan kanske bero på ämnet i sig, eller målgrupperna, eller så beror det på bilden som Djurens Rätt vill ge av organisationen. Jag kan inte veta vad den primära anledningen är utan bara gissa, men jag tror absolut att det är en blandning av de olika faktorerna. Om man ser till målgrupperna tror jag att kunskap och fakta är ett bra sätt att övertyga både unga människor och de som redan är mer eller mindre insatta i ämnet. Kunskap ger legitimitet, och kunskapen blir även själv legitimerad i dessa texter.

Tidigare nämndes frånvaron av explicita teser i de tre webbtexterna. Det kan finnas olika anledningar till att Djurens Rätt har valt att inte skriva ut teser i sina argumentationer, och jag tror själv att en av dessa anledningar kan vara att Djurens Rätt vill att läsaren själv ska förstå tesen i texten. Att läsaren själv utifrån texten ska förstå vad Djurens Rätt står för och vill förmedla, och att explicita teser skulle kunna verka för direkt för Djurens Rätts kommunikativa stil, som snarare innebär att förmedla kunskap genom mer implicita argument än explicita uppmaningar, som analysen ger belägg för. Skälet till detta skulle kunna vara att Djurens Rätt har en relativt nedtonad retorisk stil, och de fokuserar inte på kritik eller provokation, utan på att bilda läsaren i ämnet. Explicita teser kanske helt enkelt kan uppfattas som påträngande för en del läsare, troligtvis de som ännu inte är medlemmar eller övertygade om Djurens Rätts budskap. Detta är mina egna spekulationer.

Det man sammanfattningsvis kan se genom analys av materialet är att de praktiker som Djurens Rätt genomgående och huvudsakligen legitimerar är dels organisationens kunskap och förmedling om livsmedelsindustrin och dels att äta en vegansk kost. Även om uppmaningen till vegansk kost inte är explicit är det denna slutsats som informationen i texterna vill åt. Som läsare ska man efter att ha läst texterna ha fått tillräckligt mycket kunskap om industrin att denna inte ska vilja bidra till den. Resultatet av detta är idealt att vilja äta en vegansk kost. Detta uppnår Djurens Rätt genom språkliga strategier i form av specifika typer av argumentation och legitimeringar, som kan ske mer eller mindre medvetet.

Jag skulle även vilja säga att Djurens Rätts relativt implicita argumentation förstärks av legitimeringen, att argumentationen liksom drivs genom legitimeringen. Då kan man se på det som att Djurens Rätt inte argumenterar i den explicita bemärkelsen med tes, utan gör det mer implicit och med hjälp av legitimeringar.

Text 2 fokuserar mest på legitimering av en vegansk kost av de tre texterna, så kanske leder ett fokus på påverkan och attitydförändringar i texterna naturligt till legitimeringar av kosten, medan fokus på att väcka intresse leder till legitimeringar av kunskap om de negativa aspekterna av livsmedelsindustrin. Detta kan låta självklart, men legitimering av kunskap om livsmedelsindustrin skulle också kunna leda till påverkan och attitydförändringar i form av att läsaren blir mer villig att bidra till Djurens Rätts arbete genom medlemskap och gåvor, men de påverkande inslagens fokus landar här snarare i en förändring av kost.

Beträffande den diversifierade målgruppen som har diskuterats tidigare kan man av kommunikationspolicyn och undersökningen se att Djurens Rätt vänder sig till lite olika målgrupper. Utmaningen med målgrupperna är som tidigare nämnt att både möta nya potentiella medlemmar och redan befintliga medlemmar eller personer som redan har ett intresse för djur. Detta gör att Djurens Rätt för en del läsare behöver väcka intresse för ämnet och för en del läsare påverka attityder. För vissa mottagare behövs säkerligen båda funktionerna. Analys av materialet har visat att Djurens Rätt tenderar att göra just detta, att fylla olika funktioner i olika texter. Beroende på ämnet och vilken målgrupp som är primär för den specifika texten används generellt också olika typer av argument och legitimeringar, exempelvis skillnaden i strategier mellan text 2 och texterna 1 och 3.

I Djurens Rätts kommunikationspolicy har jag fått ta del av de primära och sekundära målgrupperna. Undersökningen visar tendenser till att texterna med hjälp av argument och legitimeringar vänder sig till de primära målgrupperna när det gäller att väcka intresse för ämnet hos mottagaren, och att texterna vänder sig till den sekundära målgruppen som innefattar befintliga medlemmar och redan intresserade personer när det gäller att försöka påverka attityder hos mottagaren. Självklart vänder sig Djurens Rätt även till den primära målgruppen för att försöka ändra attityder, men i första hand verkar fokus ligga på att förmedla kunskap i ämnet. De som redan är intresserade eller medlemmar har sannolikt redan lite kunskap i ämnet.

Undersökningen visar alltså hur Djurens Rätt vänder sig både till de primära och de sekundära målgrupperna, beroende på vad den aktuella texten handlar om. Det framgår dock inte genom analysen av texterna någon tydlig strategi för hur Djurens Rätt vänder sig mot delmålgruppen ”personer mer utländsk bakgrund” som står med som primär målgrupp i Djurens Rätts kommunikationspolicy. I kommunikationspolicyn står det inte uttryckt hur denna delmålgrupp ska mötas, och jag har inte själv påträffat exempel på hur målgruppen bemöts.

De tre texterna skiljer sig alltså åt och har olika funktioner. En anledning till detta skulle kunna vara den diversifierade målgruppen som diskuterades i avsnitt 1.1 Bakgrund. Eftersom det finns både primära och sekundära målgrupper, som sannolikt har olika utgångspunkter, värderingar och olika förkunskaper i ämnet behöver Djurens Rätt i sina texter använda olika strategier för att möta dessa grupper. Somliga mottagare behöver få ett väckt intresse och somliga behöver bli påverkade till handling eller till att ändra attityder. Kanske kan det bero på att målgrupperna till stor del består av unga personer som Djurens Rätt väljer att fokusera så mycket på kunskap. I kommunikationspolicyn nämns det att unga personer ofta inte ännu

har fastnat i satta tankebanor utan kan utveckla sina värderingar, och kanske gör detta dem mer mottagliga för att ta in information och kunskap.

Analysen av de tre texterna föreslår att konsekvensargument och målorienterad instrumentell rationalisering företrädesvis realiserar sig för att fylla funktionen att påverka läsaren. Strategierna för att väcka intresse är varierade, och innehåller flertalet typer av både argumentation och legitimering, däribland auktoritetsargument, exempelargument och auktoritär legitimering. Konsekvensargument och instrumentell, målorienterad rationalisering verkar kunna användas för att uppnå båda funktionerna i webbtexterna, alltså både för att väcka intresse och för att påverka attityder.

Någonting som framgår tydligt är att det är många strategier som verkar och samverkar i materialet, och att vissa av dem kan kopplas till och generera varandra. Samband mellan argumentationstyper och legitimeringstyper har förekommit.

Sammanfattningsvis, de fynd som analysen har gett är:

- Det finns inga explicita teser i texterna.
- Djurens Rätt förmedlar och vilar tungt på kunskap.
- Olika argument och legitimeringar verkar i texterna, och dessa verkar bero på och förklaras med ämnet, den tänkta målgruppen och den tänkta funktionen.
- Flera olika legitimeringar kan verka i samma text, sannolikt för att täcka olika funktioner eller för att nå mottagare på olika sätt.
- För att väcka intresse för ämnet hos mottagare verkar Djurens Rätt använda sig av flera olika typer av argument och legitimeringar i sina webbtexter, främst exempelargument, auktoritetsargument, konsekvensargument, auktoritär legitimering och instrumentell legitimering.
- För att påverka mottagarens attityder verkar Djurens Rätt främst använda sig av konsekvensargument och instrumentell målorienterad rationalisering.
- Konsekvensargument och instrumentell målorienterad rationalisering verkar kunna användas för att uppnå båda funktionerna i texterna.
- Det finns intressanta typer av argument och legitimeringar som *inte* påträffas i texterna.

Texterna är publicerade på olika nivåer på webbplatsen, och hamnar därför i en slags hierarki som kan påverka de språkliga strategierna i texterna, sannolikt även argumenten och legitimeringarna.

I nästföljande avsnitt kommer jag att diskutera de former av argumentation och legitimering som jag har identifierat i webbtexterna, men jag kommer också att lyfta former som jag *inte* har påträffat, och diskutera varför det kan vara så. Vidare kommer jag då att diskutera de former av legitimering och argument som jag anser relevanta att lyfta fram utifrån ämnet och funktionerna i texterna. Jag kommer därefter att föra en diskussion kring vilka typer av argumentation och legitimering som jag skulle rekommendera Djurens Rätt att inkorporera i

dessa typer av texter, för att om möjligt nå ännu bättre effekter med sina texter.
 Avslutningsvis för jag en kort diskussion om vidareutveckling av denna undersökning.

7.2.1 Vilka typer av argument och legitimeringar förekommer och varför

Nedan diskuterar jag kort de mest framträdande användningarna av argumentationstyper och legitimeringstyper, och varför de förekommer i just dessa texter.

Exempelargument

Ett tydligt fynd från analys av materialet är exempelargument, som används flitigt genom de mer faktabaserade texterna 1 och 3. Exempelargument verkar användas för att styrka den implicita tesen om att livsmedelsindustrin inte är önskvärd, och de ger således exempel som visar på negativa egenskaper och effekter. Exempelargument stämmer överens med Djurens Rätts kommunikativa stil att vara mer implicit än explicit i sitt uppmanande, eftersom argumenten ger exempel och fakta och sedan låter läsaren själv dra slutsatser om vad exemplen innebär. I text 2 påträffas inte lika tydliga exempelargument, vilket kan bero på den mer uppmanande stilen i texten. Exempelargumenten fungerar kanske främst som intresseväckare och för att förmedla kunskap.

Konsekvensargument

I materialet förekommer även konsekvensargument som en frekvent strategi. Konsekvensargumenten påträffas i alla tre texter, och är kanske den mest använda strategin i materialet. Argumentationstypen tycks kunna användas både för att väcka intresse och förmedla kunskap som i text 1 och 3, och för att uppmana och påverka läsaren som i text 2. Alltså kan argumenten användas på olika sätt och i olika syften och funktioner. Konsekvensargument kan skilja sig genom att både kunna visa positiva och negativa konsekvenser av en praktik.

Auktoritetsargument

Även auktoritetsargument påträffas frekvent, men mest i text 3 som har som karaktär att vara informationsinriktad och att ha tyngd i auktoriteter. Typen av argument tycks enkom användas för att väcka intresse och för att förmedla kunskap. Djurens Rätt verkar värdesätta att ha tyngd i auktoriteter när de argumenterar.

Auktoritär legitimering

Precis som med auktoritetsargument förekommer flertalet exempel på auktoritär legitimering, utsprida mellan de olika undergrupperna sedvanetyp, auktoritetstyp och rekommendationstyp. Som effekt av strategierna legitimeras kunskap om livsmedelsindustrin genom både konformitet, experter och opersonlig typ. Alltså legitimeras det övergripande målet om att förmedla kunskap om livsmedelsindustrin och om den veganska kosten på flera olika sätt.

Instrumentell rationalisering

Målorienterad instrumentell rationalisering tycks som tidigare nämnt vara sprungen ur konsekvensargument, och realiseras således i alla texterna. Rationaliseringen legitimerar mål och syften och konsekvensförhållanden, och dessa drag verkar vara frekventa inslag i Djurens Rätts texter.

7.2.2 Vilka typer av argument och legitimeringar förekommer *inte* och varför

Nedan för jag ett resonemang kring vilka argumentationstyper och legitimeringstyper som inte förekommer i texterna, men som skulle kunna vara tänkbara resurser.

Följande resonemang sker med reservation för att jag har ett begränsat material och att argumentationen och legitimeringen därav kan se annorlunda ut i andra texter.

Moralisk legitimering

Med utgångspunkt i att ämnet i texterna är laddat av kontrovers och moral kan man undra varför texterna inte primärt utgörs av moraliska legitimeringar. Texterna behandlar helt klart moral, både hos livsmedelsindustrin och hos läsaren, men detta syns knappt i legitimeringarna, förutom några få exempel. Moralisk legitimering borde kunna vara en primär strategi för att påverka läsare.

En anledning till avsaknaden av moralisk legitimering kan vara att Djurens Rätt helt enkelt inte använder sig av så explicita uttalanden. Ser man till den moraliska legitimeringen evaluering som legitimerar genom betydelsen 'gör X eftersom X är bra/naturligt' kan vi se att denna typ av uppmanande nätt och jämnt används av Djurens Rätt, förutom i exemplen (16), (17) och (18). Märk väl att exemplen kommer från texten "Djurvänlig konsumtion" som är av mer uppmanande karaktär. I texterna har jag varken påträffat exempel på abstraktion eller jämförelse. Texterna är sannolikt för konkret faktabaserade för att använda sig av abstraktioner, och samma anledning gäller troligtvis för jämförelse.

Följaktligen verkar moralisk legitimering inte passa in i Djurens Rätts kommunikativa stil som är mer implicit uppmanande och mer faktabaserad.

Myttopoesis

Efter analys av de tre texterna har det visat sig att legitimeringstypen myttopoesis inte har använts som en strategi. Myttopoesis handlar som tidigare nämnt om att "skapa myter" genom berättelser som har antingen positiva eller negativa effekter. Denna strategi skulle kunna fungera legitimerande av en vegansk kost genom att exempelvis formulera berättelser om människor som själva har gått över till en vegansk kost och att det har inneburit positiva konsekvenser för dem. Myttopoesis skulle både kunna fungera som ett intresseväckande drag och som en påverkansstrategi. Berättelserna skulle vara förankrade i verkligheten och skulle kunna få läsare att vilja göra samma resa som personen i berättelsen.

Myttopoesis passar in i texternas drag av att berätta om djurens upplevelser, men kanske skulle det inte följa Djurens Rätts kommunikativa stil, den mycket faktabaserade tonen som genomsyrar de flesta texterna. De verkar inte arbeta med berättelser och dramatiseringar, utan snarare den konkreta verkligheten, och kanske har de därför valt att inte använda den strategin.

Definition

Man skulle också kunna tro att Djurens Rätt skulle använda sig av teoretisk rationalisering i form av definition som strategi, som legitimerar med betydelsen 'att X:a är/betyder/innebär att Y:a', exempelvis 'att äta kött är mord'. Men även detta visar sig efter analys av Djurens Rätts texter inte vara en strategi. De provocerar inte och lägger inte skuld på läsaren, utan

informerar och förmedla kunskap.

Samtidigt skulle legitimeringstypen kunna användas på ett mer sansat sätt än i det egna exemplet 'att äta kött är mord'. Det skulle kunna användas som ett sätt att etablera och legitimera påståenden i form av exempelvis 'att konsumera djur innebär att åsamka dem lidande'. Om sparsamt använt skulle det kunna skapa effekt av en djupt moraliserad men implicit uppmaning.

Förebildsauktoritet

Den auktoritära legitimeringen i form av förebildsauktoritet påträffas inte en enda gång i materialet, men skulle kunna tänkas vara en passande strategi att inspirera läsare genom att exempelvis hänvisa till en socialt aktad eller föredömlig person som äter vegansk kost. Kanske vill Djurens Rätt fokusera på att kommunicera djurens situation och upplevelser i stället för att berätta om människor, men förebildsauktoritet skulle kunna vara en inspirerande effekt i texterna, exempelvis i "Djurvänlig konsumtion" som uppmanar till förändring.

Analogiargument

Analogiargument är som tidigare nämnt vanligt förekommande i värdefrågor, och skulle alltså kunna vara en strategi för att förmedla kunskap i ämnet. Jag har dock inte påträffat något analogiargument i texterna. Argumentationen skulle exempelvis kunna handla om att jämföra hur ett annat lands strängare regler kring djurhållning gav positiva resultat för att visa på att det även i Sverige skulle ge positiva resultat.

7.3 Tips till Djurens Rätt

Djurens Rätt verkar inte arbeta med berättande, inte med explicita teser och inte med analogier. Däremot arbetar de mycket med exempelvis auktoriteter, konsekvenser, exempel och mål, som syns genom deras argument och i legitimeringar.

Utifrån diskussionen kring uteblivande typer av legitimeringar och argument skulle jag vilja lyfta de behandlade typerna som möjliga strategier som Djurens Rätt kan inkorporera för ökad bredd på sina argumentationer, vilket i förlängning skulle kunna resultera i att väcka intresset hos eller påverka fler mottagare, eftersom olika mottagare reagerar på olika sorters argument. Således tror jag att följande legitimeringstyper och argumentationstyp skulle kunna användas i Djurens Rätts texter för att förmedla kunskap:

- Moralisk legitimering
- Mytopoesis
- Teoretisk rationalisering i form av definition
- Förebildsauktoritet
- Analogiargument

7.4 Vidare forskning

Fyndet med nivåerna eller hierarkin för texterna på webbplatsen är någonting som jag lade märke till i ett sent skede i undersökningen, och har därför inte fått större utrymme eller fokus. Skulle jag göra en vidareutveckling av undersökningen skulle jag dock gå djupare i dessa nivåer och ta flera texter från de olika nivåerna och undersöka om argumenten och legitimeringarna ser olika ut beroende på nivåerna, vilket nu ser ut att vara en sannolikhet. Undersökningen visar tendenser till att texter som är djupare ner i hierarkin använder sig extra mycket av exempelargument och fakta, men inte av explicita moraliska argument eller legitimeringar, eller några explicita uppmaningar alls.

I en vidareutveckling av undersökningen skulle jag även kunna lyfta in sociala medie-kanaler och göra en jämförelse med webbtexterna. Kanske verkar helt olika argument och legitimeringar i de olika typerna av texter, vilket skulle vara intressant att se.

I en vidareutveckling skulle jag även kunna skapa tabeller för en lättare överblick över andelen typer av argument och legitimeringar i de olika texterna.

Som min forskningsbakgrund har visat finns det inte mycket forskning om hur just ideella organisationer bedriver kommunikation och påverkan, så förhoppningsvis kan denna undersökning ge lite kunskap i ämnet. Jag skulle vilja se fler undersökningar om hur ideella organisationer utnyttjar kommunikativa redskap som webben och även sociala medier för att nå läsare och påverka deras attityder, eftersom dessa kanaler sannolikt bara används mer och mer i dagens digitala värld.

8. Källor

8.1 Digitala källor

Djurens Rätts officiella webbplats: www.djurensratt.se

<https://www.djurensratt.se/om-djurensratt>

”Kommunikationspolicy för Djurens Rätt” Antagen av förbundsstyrelsen 2016-03-15.

Nationalencyklopedins uppslagsverk: www.ne.se

8.2 Litteratur

Bergström, Göran & Boréus, Kristina. 2000. *Textens mening och makt: metodbok i samhällsvetenskaplig text- och diskursanalys*. Lund: Studentlitteratur.

Björnsson, Gunnar & Kihlbom, Ulrik & Ullholm, Anders. 2009. *Argumentationsanalys*. Färdigheter för kritiskt tänkande. Natur och kultur.

Elmelund Kjeldsen, Jens. 2013. *Retorik idag*. Introduktion till modern retorikteori. Studentlitteratur.

Hurst, Reuben, Tidwell Taylor & Hawkins, Darren. 2017. *Down the rathole?* Public support for US foreign aid. *International Studies Quarterly*, Volym 61, utgåva 2. Oxford University Press.

Löfström, Olga. 2016. *Varför ska vi styras av värdegrundstexter?* En legitimeringsanalys av värdegrundstexter från statliga Myndigheter och kommuner. C-uppsats. Stockholms universitet.

Palm, Lars. 2006. *Kommunikationsplanering: en handbok på vetenskaplig grund*. Studentlitteratur AB.

Rehnman, Anna. 2013. *Att förena nytta och rätt information*: Ett arbete om att informera och skapa förtroende inom ideella organisationer. C-uppsats framlagd vid Akademin för Innovation, design och teknik. Mälardalens högskola.

Sandberg, Malin. 2013. *"Livskvalitet när du blir äldre"*: En legitimeringsanalys av textmaterial från Kungsbacka kommuns äldreomsorg. Institutionen för svenska språket, Göteborgs universitet.

Skoglund, Astrid. 2014. *Kommunikativa strategier i texter om tobaksavvänjning*: Innehåll, argumentation och modellläsare. Linnaeus University Dissertations. No 181/2014.

Van Leeuwen & Wodak. 1999. *Legitimizing immigrant control: a discourse-historical analysis*. Sage publications.

Westberg, Gustav. 2016. *Legitimerade föräldraskap 1870–2010*. En diskurshistorisk undersökning. Stockholms universitet.

Zarefsky, David. 2014. *Rhetorical Perspectives on Argumentation*. Argumentation Library. Volym 24.

9. Bilagor

9.1 Text 1: Djur i livsmedelsindustrin

Djur i livsmedelsindustrin

Livsmedelsindustrin är det område där det största antalet djur används, antingen för att producera mat eller för att själva bli mat. På ett år dödas omkring 100 miljoner landlevande djur i den svenska livsmedelsindustrin. Årligen dödas också fem till tio miljoner fiskar i det svenska vattenbruket och flera miljarder fiskar i det svenska kommersiella fisket.

Även de djur som används för produktion av ägg och mjölk dödas när de anses uttjänta. Därför är det svårt att dela upp industrin mellan kött- och ägg/mjölk-industri. Exempelvis så kommer den största delen av nötköttet i Sverige från djuren i mjölkindustrin. Som en följd av hård avel och hög produktion blir djur i ägg- och mjölkindustrin i regel uttjänta efter några få år, eller ännu kortare tid. Några av de djur som dödas för att bli mat i Sverige är fiskar, kycklingar och grisar. Gemensamt för dessa djur är att de alla känner smärta och lidande. Fiskar skriker inte på samma sätt som grisar, men det betyder inte att fiskar inte lider när de fångas och kvävs i luften.

De allra flesta människor blir illa berörda när de ser ett nyhetsinslag om djur som lider under transporter eller misshandlas på slakteriet. Sådana inslag följs ofta av en våg av debattprogram och upprörda insändare. Det ställs krav på ökad kontroll och strängare regler. Djurens Rätt arbetar för sådana omedelbara förbättringar av djurens förhållanden, men vi stannar inte vid det. Vi anser att all uppfödning av djur inom livsmedelsindustrin innebär ett oacceptabelt utnyttjande av djuren, eftersom det tar ifrån dem deras liv. Djur är inte mat!

9.2 Text 2: Djurvänlig konsumtion

Djurvänlig konsumtion

För ett samhälle där djur inte ses som varor.

Djur utnyttjas för att det finns en efterfrågan på djurprodukter, något som djurindustrin ser till att stimulera och underhålla genom ständig marknadsföring. Genom att konsumera djurvänligt så kan du påverka situationen. Varje djurvänligt val innebär att djur räddas från lidande och förtryck.

Som konsument kan du göra en viktig insats genom att fråga efter djurfria varor. Ju fler som efterfrågar djuretiska produkter, desto större kommer utbudet av djurfria produkter att bli. Våga ställa krav på företagen att de tar sitt etiska ansvar för djurens skull.

Välj vego

Ett av de viktigaste valen du kan göra i din vardag gäller maten, eftersom det är inom livsmedelsindustrin som det största antalet djur utnyttjas. Idag äter en av tio svenskar vegomat och intresset för den veganska kosten har ökat kraftigt under de senaste åren. Genom att välja veganskt kost kan du rädda flera tusen individer under en livstid. Den veganska maten är dessutom hälsosam, näringsrik, variationsrik och smakar gott.

Djurmaterial i vår vardag

Djur används även till många andra produkter såsom kläder, kosmetika, hygienartiklar, möbler och ljus. Det finns även en lång rad kosmetika- och hushållsprodukter som testats på djur. Som tur är finns det massor av material som inte behöver medföra att djur utnyttjas. Djurens Rätt vill underlätta för konsumenter att välja produkter som inte innehåller djurdelar, eller där produktionen inneburit lidande för djur.

Djur är inte varor!

9.3 Text 3: Kor, kalvar & tjurar

Kor, kalvar & tjurar

För att korna ska producera mjölk måste de föda kalvar. Kalvarna tas ifrån korna direkt efter födseln.

Det finns omkring 1,5 miljoner nötdjur, det vill säga kor, kalvar och tjurar, i Sverige (1). Av dem är ungefär 340 000 kor som hålls för mjölkproduktion, 200 000 är kor som hålls för att föda upp kalvar till slakt, och omkring 1 miljon är kalvar och ungdjur samt vuxna handjur som föds upp för slakt (1). 411 020 nötdjur dödades i Sverige år 2016 (2).

Vad händer med kalvarna?

För att korna ska producera mjölk måste de föda kalvar. Därför insemineras korna (utsätts för konstgjord befruktning) ungefär en gång per år. Inom mjölkindustrin tas kalven normalt från kon direkt eller någon dag efter födseln. Både kon och kalven stressas av separationen (3, 4), och att inte vara tillsammans strider mot deras naturliga beteende (5). Hälften av kalvarna som föds är hankalvar och eftersom de inte producerar någon mjölk dödas de flesta och blir till kött vid ett till två års ålder (2, 6). Det är inte ovanligt att handjur hålls i gruppboxar på hårt, halt spaltgolv utan strö.

Bedräglig reklambild

På sommaren har alla kor, kvigor och stutar (kastade handjur) rätt att gå ut under 2-4 månader (7). För lakterande kor - kor som producerar mjölk - räcker det enligt bestämmelserna att de får vara ute sex timmar per dygn, medan kor som inte lakterar, kvigor och stutar ska vara ute hela dygnet. Anledning till det är att korna ska kunna mjölkas. Eftersom korna är lakterande under större delen av sitt liv innebär reglerna att de kan hållas inomhus över 90 procent av sitt liv. Betesrätten omfattar inte kalvar och tjurar, så de står ofta inne året om. Trots att betesreglerna är anpassade för att underlätta för bönderna kritiserar reglerna. När kor är på bete och äter gräs får de i sig mindre kraftfoder vilket ofta leder till minskad mjölkproduktion under sommaren (8) och när gårdarna växer blir det svårare att ordna tillräckligt medbetesmark för alla djur. Både branschorganisationer, till exempel LRF (9), liksom politiker, verkar för lättnader i betesreglerna. Organisationen Sveriges Mjölkbönder har länge arbetat aktivt för att avskaffa beteskravet.

Många kor står bundna

Omkring 30 procent av korna i mjölkindustrin i Sverige står uppbundna inomhus under större delen av året (10). För korna innebär detta att de inte kan vända sig om eller klia sig, de kan bara stå upp eller ligga ned. De får heller ingen motion och väldigt begränsade möjligheter till sociala kontakter (5).

Allt större gårdar

Mjölkgårdarna i Sverige blir stadigt färre, men samtidigt större och mer rationaliserade. År 2016 hade en genomsnittlig mjölkgård runt 85 kor (11). År 2005 var motsvarande antal 46 kor (11). De nya gårdar som byggs har olika typer av lösdriftssystem, där korna går inomhus i byggnader inredda med betong och stålrör som kraftigt begränsar deras rörelsefrihet.

Avel gör korna sjuka

Det naturliga för en ko är att producera 5-10 liter mjölk om dagen till sin kalv. Genom avel, där bara de mest "högproducerande" kornas söner väljs ut som avelstjurar, har lett till att en mjölkko idag kan producera över 50 liter mjölk om dagen. Det här sliter hårt på korna, och bidrar till sjukdomar som kalvningsförlamning och juverinflammation (12).

Det mesta köttet kommer från mjölkindustrin

I genomsnitt får en ko i mjölkindustrin leva i fem år innan hon slaktas (13). Man kan inte skilja mjölk- och köttindustrin från varandra eftersom mer än hälften av nötköttet i Sverige kommer från djur inom mjölkindustrin (6). Det kött som inte kommer från mjölkindustrin kommer från så kallade köttraser eller köttraskorsningar. På slakteriet bedövas kor, kalvar och tjurar med ett skott i huvudet av en bultpistol innan de får halsen uppskuren och förblöder till döds.

Ekologisk mjölk

Runt 14 % av korna i Sverige som hålls för mjölkproduktion hålls i den ekologiska mjölkindustrin (14). Skillnaderna mellan ekologisk och konventionell mjölkproduktion är från djurens perspektiv ganska små, och handlar framför allt om utevistelse. Till exempel tas kalvarna från korna tidigt, efter minst ett dygn efter födseln säger KRAVs regler, även inom ekologisk produktion. Även uppbundna djur förekommer, men då krävs rastning två gånger i veckan (15). KRAV-godkända djur ska erbjudas utevistelse två månader längre än betesperioden, och även tjurarna ska få tillgång till utevistelse, men inte nödvändigtvis bete. Kalvar ska få komma ut på bete från 4 månaders ålder istället för 6 månader (7, 15). Ekologiska kor blir också till genom insemination och de är av samma högmjölkkande raser, som lika ofta drabbas av juverinflammation (16).

