

”HOW DARE YOU?” GRETAEFFEKTER PÅ SVENSK MILJÖ- OCH KLIMATOPINION

SVERKER C. JAGERS, SIMON MATTI,
HENRIK OSCARSSON OCH SARA PERSSON

Sammanfattning

I december 2019 blev Greta Thunberg som första svensk och yngst någonsin utsedd till årets person av den amerikanska tidskriften *Times*. I det här kapitlet frågar vi oss om det finns en ”Gretaeffekt” på svensk miljöopinion: Har den stora uppmärksamheten för Thunbergs klimatstrejkande *Fridays For Future* och hennes framträdanden lyft klimatfrågorna högre upp på dagordningen? Har hennes aktivism lett till grönnare åsikter hos svenska folket under det gångna året? Med hjälp av de nationella SOM-undersökningarna från 2018 och 2019 undersöker vi om och hur svenska folkets attityder och beteenden har blivit grönnare i närtid. Vi finner att trots uppmärksamhet för miljö- och klimatfrågor har ökat, är det totalt sett endast för ett mindre antal indikatorer som vi finner några statistiskt signifikanta förändringar. Gretaeffekten på svensk miljö- och klimatopinion har hittills varit mer blygsam än förväntat: miljöfrågorna position har flyttats fram på dagordningen men rörelserna är obefintliga för attityder och beteenden.

Under det senaste året har uppmärksamheten kring den svenska klimatstrejkaren Greta Thunberg – och hennes budskap till världens makthavare att göra allt som krävs för att bromsa klimatförändringarna – varit massiv. När Thunberg i september 2019 höll ett anförande under FN:s klimattoppmöte i New York, rapporterades detta flitigt i medier runt om i världen, samtidigt som antalet människor som deltog i demonstrationer under parollen *#FridaysForFuture* ökade kraftigt. Även världens politiska ledare tycks ha tagit starka intryck av Thunberg under den korta tid som hon dominerat världens medier. Till exempel har Tysklands förbundskansler, Angela Merkel, menat att Thunberg fungerat som ”en blåslampa för den tyska regeringen i miljö- och klimatpolitiken” (SvD, 2019) och när den tidigare amerikanske presidenten, Barack Obama, twittrade efter sitt personliga möte med Thunberg, slog han fast att ”Greta Thunberg is already one of our planet’s greatest advocates” (Perper, 2019).

Mot bakgrund av den tämligen storslagna uppmärksamhet Greta Thunberg haft och fått i världspressen under 2018 och 2019, är det intressant att fråga sig hur denna uppmärksamhet kommit att påverka den svenska klimat- och miljöopinionen. Har

den gjort det alls och i så fall hur? Frågan vi ställer oss i det här kapitlet är därför om den stora uppmärksamhet för personen Greta Thunberg och hennes budskap om vikten av ett ökat klimatansvar *i närtid* har gjort något avtryck i den allmänna opinionen. Kan vi kanske se en "Gretaeffekt"? Med Gretaeffekt avser vi en korttidsförändring i ökad medvetenhet om miljö och klimat. Mer specifikt använder vi oss av ett stort antal indikatorer för miljöoro, miljöintresse, miljöattityder och miljövänligt beteende som mäts i den årligen återkommande nationella SOM-undersökningen. Vi vet att det kan vara vanskligt att försöka isolera effekter på basis av enbart upprepade tvärsnittsdata. Men vi betraktar ändå vår huvudjämförelse av den riksrepresentativa frågeundersökningen från 2018 och 2019 som en viktig pusselbit i vår förståelse av hur vindarna generellt sett blåser i svensk miljöopinion: vi argumenterar för att konsistent gröna vindar i de många SOM-indikatorerna skulle vara förenligt med en idé om en någotsånär direkt opinionspåverkan av det globala fenomenet Greta Thunberg.

Varför förväntar vi oss en Gretaeffekt?

Det finns flera goda skäl att förvänta sig en Gretaeffekt på svensk miljöopinion. Grundläggande teorier om politisk kommunikation och opinionsbildning menar att människor, särskilt i komplexa och abstrakta frågor där bristen på förstahandsinformation är markant, istället väljer att luta sig mot olika typer av elitkällor för att kompensera för informationsbristen. Dessa elitkällor, exempelvis partiföreträdare, experter, journalister – eller andra aktörer som av olika skäl uppfattas som trovärdiga eller har stor makt över människors sätt att tänka eller agera – blir därmed en genväg till en persons politiska beslut att exempelvis rösta, stödja ett policyförslag eller forma sig en uppfattning i en aktuell fråga (se t.ex. Zaller, 1992; Druckman, 2014). Vi menar att i det här sammanhanget fungerar influeraren Greta Thunberg som en elitkälla i kraft av den trovärdighet och maktbas hon byggt upp genom sin klimatrörelse. När Thunberg talar lyssnar hennes många följare, och de delar och kommenterar. När Greta uppmanar till strejk hörsammats det av hundratusentals människor runt om i världen. I Medieakademins maktbarometer 2019 nådde Thunberg redan under sommaren 2019 8:e plats i Sverige (Karlsten m.fl., 2019).

Klimatfrågor är till sin natur abstrakta och komplicerade. Även om det i forskarsamhället råder en bred konsensus kring klimatförändringarnas existens är detta otvetydigt en fråga som är såväl komplex (exempelvis vad gäller dess orsaker, omfattning och takt – och därmed hur klimatförändringarna på bästa kan åtgärdas) som för många svenskar relativt abstrakt. Med undantag för en ökad förekomst av extremväder och svåra skogsbränder på vissa platser i Sverige, är effekten av ett förändrat klimat för många i hög grad ännu helt osynlig. Därmed bör också just frågan om klimatet vara av sådan art att människor i denna vänder sig till trovärdiga elitkällor för att få hjälp att forma sina attityder. Mot bakgrund av teoretiska

förväntningar av det här slaget har vi anledning att förvänta oss en "Gretaeffekt" i det senaste årets utveckling av svensk klimatopinion.

Emellertid lyssnar vi människor inte på alla typer av elitkällor som omger oss. Opinionseffekter förväntas inte vara uniforma, det vill säga lika stora i alla grupper. Snarare förväntas storleken (och ibland även riktningen) på effekter av elitbudskap bero på saker som exempelvis ideologiska predispositioner, exponering för elitbudskap och politisk kunskap (Zaller, 1992). Vi tenderar att välja någon eller några från den stora mängden opinionsbildare och experter som vi betraktar som trovärdiga och detta främst i frågor som intresserar oss. Forskningen visar att vi i detta tenderar att luta oss mot källor som vi upplever som mer lika oss själva, samtidigt som budskapet från källor som upplevs stå långt ifrån oss betraktas som mindre trovärdiga. För en eventuell "Gretaeffekt" skulle denna uppdelning i det som upplevs som vår egen in-grupp respektive ut-grupp betyda att den största förändringen i attityder skulle återfinnas bland människor som, av olika skäl, känner en samhörighet med Greta Thunberg. Kanske är det därför framförallt i de yngre åldrarna som vi kan förvänta oss opinionseffekter?

Samtidigt kan man också tänka sig att själva budskapet har en betydelse för hur olika grupper reagerar. Eftersom det budskap som framförs av *Fridays For Future*-rörelsen i hög grad riktas mot de idag vuxna generationerna ("How dare you?"), vilka Greta Thunberg med flera håller ansvariga för det försämrade klimatet, borde vi därför även kunna förvänta oss någon slags "Gretaeffekt" även i dessa grupper, till exempel genom en ökad känsla av personligt ansvar för klimatsituationen.

Mot bakgrund av detta frågar vi oss *om och i vilken omfattning vi kan se en effekt av den stora uppmärksamheten kring Greta Thunberg på den svenska klimatopinionen, hur denna effekt tar sig uttryck, samt i vilka grupper i samhället vi i så fall ser en sådan "Gretaeffekt"*.

Medias uppmärksamhet av Greta

Ett huvudskäl att förvänta en Gretaeffekt på svensk miljöopinion är således den stora medieuppmärksamheten för Thunberg. Under de gångna 18 månaderna har Greta Thunberg blivit en kontroversiell världskändis. Det finns minst sagt delade meningar om henne som person och om hennes skarpa budskap om ett snabbt och omfattande agerande för att minska effekter av klimatförändringar. Detta gäller inte minst på hemmaplan. Enligt *Medieakademiens förtroendebarmeter 2020* (Oscarsson & Sjören, 2020) var förtroendet för Greta Thunberg mer partipolitiserat än förtroendet för den sittande regeringen(!). Fyra av tio svenskar har högt förtroende för Thunberg men andelen med förtroende varierar mycket stort mellan olika grupper av partisympatisörer, från 12 procent bland Sverigedemokraternas sympatisörer till 85 procent bland Miljöpartiets. Synen på Greta har med tiden alltså blivit en ideologisk vattendelare av rang, vilket knappast är ägnat att förvåna. För det första har svenska folkets attityder till miljö- och klimatfrågor

kommit att samvariera allt starkare med ideologiska värderingar; grönt har blivit mer associerat med vänster över tid (se Jönsson, 2019). För det andra har Greta Thunberg själv, med början i FN-talet i september 2019, länkat klimatarbetet till ett behov av lägre ekonomisk tillväxt.

Hur stor uppmärksamhet har det egentligen varit för Greta Thunberg i svensk press under den aktuella perioden? Ett sätt att försöka uppskatta det är att undersöka antalet träffar i Mediearkivet (www.mediearkivet.se). Helt kort visar en sökning att det publicerats närmare 40 000 artiklar om Greta Thunberg (sökord "Greta Thunberg") från den 20 augusti 2018 – då hon inledde sin sittstrejk utanför Riksdagshuset – till och med den 31 mars 2020. Som jämförelse publicerades fler artiklar om Greta Thunberg än exempelvis Zlatan Ibrahimovic men färre än Stefan Löfven under perioden april 2019 till mars 2020.

Viktigt för vår analys – som fokuserar på förändringar mellan 2018 och 2019 – är att Greta Thunberg inte tycks rendera särskilt stor uppmärksamhet medialt förrän i inledningen av 2019. Störst mediala uppmärksamhet för Greta som person är snarare koncentrerad till några centrala händelser under 2019 där rapporteringen momentant varit mycket stor.

Låt oss göra några nedslag: Den 15 mars 2019 vann Thunberg ett hederspris på den internationella miljöfilmsfestivalen. Några veckor senare, den 20 april, ledde Thunberg en klimatstrejk i Italien. Den 28 maj gjorde Thunberg ett gemensamt uttalande tillsammans med filmskådespelaren och forne guvernören i Kalifornien Arnold Schwarzenegger på en klimatkonferens i Österrike. Under sensommaren kunde mediekonsumenter och följare på sociala medier uppdatera sig dagligen om Thunbergs atlantsegling till USA. I mitten av september 2019 talade Thunberg inför den amerikanska kongressen och vann Amnesty internationals samvetspris. Den 20 september demonstrerade en miljon skolelever i New York. Den 23 september höll Thunberg ett känslomässigt tal vid FN:s klimattoppmöte. Oktobertoppen i medierapporteringen handlar fortsatt om FN-talet men också om spekulationer om huruvida Greta Thunberg kommer att vinna Nobels fredspris.

Volymmässigt har under det senaste dryga året publicerats flest artiklar om Greta Thunberg i samband med klimattöket i Madrid och tidskriften Times utnämning av henne till årets person, det vill säga under december 2019 och januari 2020. Som en jämförelse är mediernas rapportering om miljö- och klimatförändringar mångfalt större än rapporteringen om Greta Thunberg under samma period: närmare 432 000 träffar på sökordet "klimat" och 260 000 på "miljö" talar sitt tydliga språk. Den globala klimatdebatten tar i svensk press totalt sett klart större utrymme än vad personen Thunberg gör. Rapporteringen om miljö och klimat tycks dessutom vara mer kontinuerlig – med en relativt stabil volym omkring 5 000 träffar i Mediearkivet varje vecka – och inte lika knuten till specifika event som rapporteringen om Thunberg. Intressant nog finns det i Mediearkivets data litet som tyder på att det skulle rapporteras mer om klimatförändringar i slutet av 2019 än under sommaren 2018.

Greta-effekten mellan 2018 och 2019

I tabell 1 har vi sammanställt resultat som visar förändringen mellan 2018 och 2019 års SOM-undersökningar med avseende på ett stort antal nyckelindikatorer för miljöintresse, miljöengagemang och så kallade ”gröna” attityder. Resultaten visar att det endast är 3 av totalt 11 undersökta indikatorer som visar en signifikant förändring mellan hösten 2018 och hösten 2019. Vi ser inga statistiskt signifikanta förändringar när det gäller svenska folkets intresse för miljöfrågor, oro för förändringar i jordens klimat, oro för miljöförstöring, satsningar på ett miljövänligt samhälle, olika former av miljöbeteenden som att åka kollektivt eller engagemang som innebär medlemskap i miljöorganisationer.

Tabell 1 Greta-effekten. Förändringar i klimatoro, miljöintresse, gröna åsikter och miljövänligt beteende, 2018–2019 (procent, procentdifferenser)

Greta-effekt	2018	2019	Δ	Signifikant
ORO				
Förändringar i jordens klimat	48	50	+2	Nej
Försämrade havsmiljö	51	56	+5	Ja
Miljöförstöring	50	52	+2	Nej
POLICY				
Höja koldioxidskatten på bensin	8	10	+2	Nej
Satsa mer på ett miljövänligt samhälle	43	47	+4	Ja
BETEENDE				
Åkt med kollektivtrafik	30	30	±0	Nej
Cyklade	34	36	+2	Nej
Kört bil	74	74	±0	Nej
Medlem i miljöorganisation	6	6	±0	Nej
INTRESSE				
Intresse för miljöfrågor	21	20	-1	Nej
Miljö som viktig samhällsfråga	15	24	+9	Ja

Kommentar: Resultaten jämför skattningar från hösten 2018 och 2019 med avseende på a) andelen som uppger att de är mycket oroade för förändringar i jordens klimat, försämrade havsmiljö och miljöförstöring, b) andel som svarar att det är ett mycket bra förslag att höja koldioxidskatten på bensin samt att satsa mer på ett miljövänligt samhälle, c) andel som åkt med kollektivtrafik, cyklade och kört bil någon eller flera gånger i veckan, samt andel medlemmar i miljöorganisationer, d) andel som betraktar sig som mycket intresserade av miljöfrågor samt andel som på en öppen fråga uppger miljö som en viktig fråga eller samhällsproblem. Signifikantesten är ett tvärsidigt test som visar skillnaden mellan två proportioner (prtesti). Antalet svarande som ligger till grund för analysen varierar mellan indikatorerna, som minst 2018 (n=1 773) och 2019 (n=1 705).

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2018 och 2019.

Många av förändringarna går visserligen i hypotesens huvudriktning, men det är alltså bara tre av indikatorerna som uppvisar en tillräckligt stor förändring för att vara statistiskt signifikanta: andelen som är mycket oroad för försämrade havsmiljö har ökat från 51 till 56 procent mellan 2018 och 2019, andelen som tycker det är ett mycket bra förslag att satsa på ett miljövänligt samhälle har ökat från 43 till 47 procent och andelen som anger uppgett miljö som en viktig samhällsfråga eller samhällsproblem, har ökat från 15 till 24 procent.

På kort sikt kan vi alltså inte se någon bred opinionsförskjutning vad gäller klimat- och miljöfrågor och som skulle kunna knytas i tiden till Greta Thunbergs stora genomslag på den internationella arenan. Jämförelserna mellan 2018 och 2019 visar inte att det ägt rum några avgörande förändringar som skulle tyda på en stor och omfattande Greta-effekt på svensk miljöopinion. Men, med det sagt, somliga indikatorer skulle kunna betraktas som mer centrala än andra. Det stora undantaget, gäller bedömningar av miljön som viktig samhällsfråga. Där ser vi en mycket stor ökning på 9 procentenheter. När det gäller generell uppmärksamhet och position på svenska folkets politiska dagordning finns det alltså en tydlig förändring mellan 2018 och 2019 som är konsekvent med det vi här avser med en Greta-effekt.

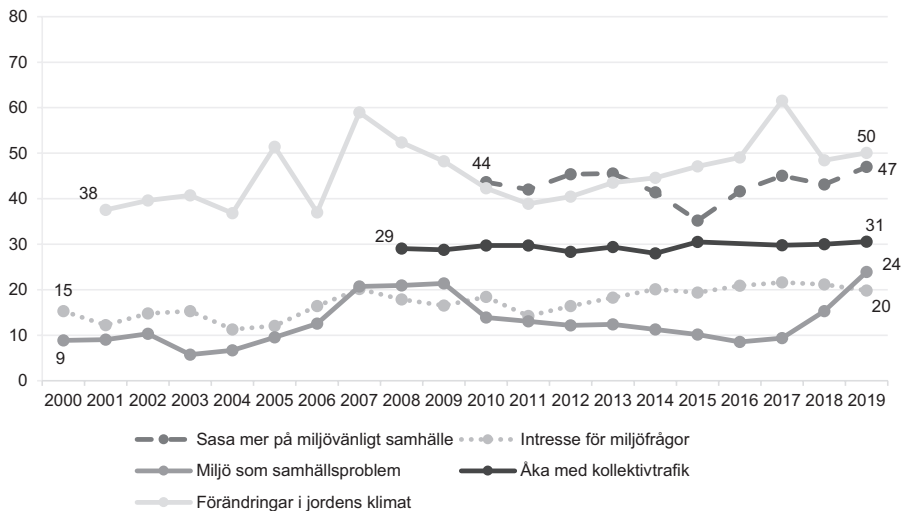
Att de förväntade kortsiktiga effekterna – ett starkare miljöengagemang, att klimatfrågorna har kommit högre upp på dagordningen och mer miljövänliga attityder – till en del har uteblivit behöver dock inte innebära att det inte kan existera Greta-effekter i vissa undergrupper av befolkningen. Vi ska snart återkomma till analysen av olika befolkningsgrupper men vill först sätta in utvecklingen av svensk miljöopinion i ett lite längre perspektiv. Möjligen kan det vara så att när Greta Thunberg lyfter klimatfrågorna under 2018–2019, leder det till ett trendbrott i en utveckling av miljöopinionen som egentligen går betydligt längre tillbaka i tiden?

Greta-effekten sett i ett längre tidsperspektiv

Även om vi inte kan finna de förväntade förändringarna mellan 2018 och 2019 för många av våra miljöindikatorer, kan vi ändå ge vår huvudhypotes ytterligare en chans genom att studera ett längre tidsperspektiv: Kan det vara så att Greta Thunbergs mediala genombrott tänt en gnista för en global miljörörelse och att hennes uppmärksamhet under 2019 därmed har orsakat trendbrott i tidsserier som går längre tillbaka än 2018? Den saken kan i princip undersökas för alla de miljöindikatorer som presenterats tidigare i kapitlet, tack vare de långa tidsserier som samlas in av SOM-institutet (se till exempel Holmberg & Persson, 2020).

I figur 1 redovisar vi de längre tidsserierna för några utvalda indikatorer för svensk miljöopinion under perioden 2000–2019. För enkelhetens skull har vi valt ut indikatorer som visar miljöfrågans aktualitet och betydelse för medborgarna, intresse för miljöfrågor, miljö som viktig fråga eller samhällsproblem, åsikter om satsningar på ett miljövänligt samhälle, oro för jordens klimat samt andelen som reser kollektivt.

Figur 1 Förändringar utvalda indikatorer för svensk miljöopinion efter Millenniumskiftet, 2000–2019 (procent)



Kommentar: Tabellen visar förändringar i svensk miljöopinion 2000–2019 avseende a) andel som svarar att det är ett mycket bra förslag att satsa mer på ett miljövänligt samhälle, b) andel som svarar att de är mycket intresserade av miljöfrågor, c) andelen som på en öppen fråga uppger miljö som en viktig fråga eller samhällsproblem (exklusive energifrågor), d) andel som uppger att de åkt med kollektivtrafik en eller flera gånger i veckan, e) uppger att de är mycket oroliga för förändringar i jordens klimat.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2000–2019.

Vår analys av de lite längre tidsserierna visar att miljöfrågorna å ena sidan har seglat upp på dagordningen igen och idag är lika viktiga för svenska folket som de var under perioden 2007–2009, det vill säga tiden efter bland annat lanseringen av Al Gores uppmärksammade film *An inconvenient truth* och den brittiske nationalekonomen Sir Nicholas Sterns mycket uppmärksammade rapport *Stern Review on the Economics of Climate Change* som båda utkom vid samma tid (Jagers & Martinsson, 2007). Närmare var fjärde svensk nämner nämligen miljöfrågan som ett viktigt samhällsproblem i 2019 års SOM-undersökning (24 procent). Å andra sidan visar tidsserien att uppgången för miljö som viktigt samhällsproblem mellan 2018 och 2019 faktiskt följer en uppåtgående trend som startade tidigare, redan hösten 2017. I så fall kan det trendbrottet logiskt sett inte ha att göra med Greta Thunberg. Tvärtom kan det istället ha varit ett växande miljöengagemang som startade redan under 2017 som beredde vägen och skapade ett möjlighetsfönster för Greta Thunberg att göra slag i saken och inleda sin strejk utanför riksdagshuset i augusti 2018.

När det gäller svenska folkets intresse för miljöfrågor har andelen ’mycket intresserade’ varit stabil över lång tid, och i princip oförändrad omkring 15–20 procent

sedan 2013. Inte heller här kan vi se någon Gretaeffekt, varken på kort eller på lite längre sikt. Skattningen av miljöintresset för år 2019 är till och med något lägre än för 2018.

Som vanligt ger empiriska observationer lite spretiga resultat. Å ena sidan står, år 2019, flera av miljöindikatorerna (viktigt samhällsproblem och inställning till satsningar på ett miljövänligt samhälle) högre på allmänhetens agenda än vad de gjort på mer än ett decennium. Å andra sidan visar övriga indikatorer – såsom till exempel oro, intresse, medlemskap i miljöorganisation och vanor att åka med kollektivtrafik – på betydligt större stabilitet i gröna attityder och beteende bland svenska folket.

Gretaeffekten i olika befolkningsgrupper

Som vi resonerade inledningsvis, finns det alltså flera anledningar att förvänta sig Gretaeffekter och detta främst inom någon av följande grupper: bland unga som identifierar sig med Greta, bland äldre som kan tänkas känna någon slags skuld eller ett ansvar för att i hög grad ha bidragit till klimatproblemet och, kanske framför allt, bland personer som exponerar sig mycket för elitbudskap som ligger i linje med deras egna ideologiska värderingar och särskilt om det är lätt att identifiera sig med budbäraren. Även om vi på de flesta punkter alltså inte kan se förändringar i hela befolkningen mellan 2018 och 2019 kan det likväl finnas vissa undergrupper där det har ägt rum signifikanta förskjutningar i våra miljöindikatorer och våra förslag är: bland unga människor, bland äldre och bland personer som exempelvis konsumerar mycket nyheter, intresserar sig för miljöfrågor och har gröna åsikter.

Vi har i en serie regressionsanalyser systematiskt undersökt förändringen i samtliga indikatorer som redovisas i tabell 1 för tre olika grupper av modererande variabler: ålder, morgontidningsläsning, användande av sociala medier samt ideologisk vänster-högerposition. Rent praktiskt betyder det att man försöker formellt pröva hypoteser om att storleken på förändringarna mellan 2018 och 2019 är signifikant större i vissa grupper än i andra. Totalt har vi genomfört 40 regressionsanalyser (se tabell 2) där vi interagerat gruppvariabler med undersökningsår. Endast i 3 fall av 40 kan vi påvisa statistiskt säkerställda skillnader i förändring mellan grupper. Eftersom det av ren slump kan dyka upp signifikanta interaktioner om man genomför många regressionsanalyser finns ingen större anledning att fördjupa sig i de tre fall som råkat påvisa en signifikant interaktionseffekt, men ändå: För det första har sambandet mellan morgontidningsläsande och oro för klimatförändringar blivit svagare, uppenbarligen på grund av att flitiga morgontidningsläsare är mindre oroliga för klimatförändringar 2019 än 2018 samtidigt som sällanläsare blivit mer oroliga för klimatförändringar. Precis samma sak har hänt när det gäller inställning till förslaget att satsa på ett mer miljövänligt samhälle: sällanläsarna har blivit mer positiva till förslaget samtidigt som flitiga morgontidningsläsare blivit mindre positiva. För det tredje har det positiva sambandet mellan användande av sociala medier och utnyttjande av kollektivtrafik försvagats något mellan 2018 och 2019.

Tabell 2 Resultat från regressionsanalyser av interaktioner mellan år och ålder, nyhetskonsumtion, användning av sociala medier och vänster-högerideologi för utvalda miljöindikatorer, 2018–2019 (ostandardiserade regressionskoefficienter)

Greta-effekt	b(SE)	Signifikant
Förändringar i jordens klimat		
År X Ålder	0,06 (0,05)	Nej
År X Morgontidningsläsande	-0,10* (0,05)	Ja
År X Användande av sociala medier	0,08 (0,05)	Nej
År X Vänster-högerideologi	0,01 (0,04)	Nej
Försämrad havsmiljö		
År X Ålder	0,06 (0,05)	Nej
År X Morgontidningsläsande	-0,06 (0,06)	Nej
År X Användande av sociala medier	0,01 (0,05)	Nej
År X Vänster-högerideologi	0,06 (0,04)	Nej
Miljöförstöring		
År X Ålder	-0,08 (0,07)	Nej
År X Morgontidningsläsande	-0,05 (0,07)	Nej
År X Användande av sociala medier	0,02 (0,06)	Nej
År X Vänster-högerideologi	0,03 (0,05)	Nej
Höja koldioxidskatten på bensin		
År X Ålder	0,02 (0,01)	Nej
År X Morgontidningsläsande	-0,10 (0,11)	Nej
År X Användande av sociala medier	0,18 (0,09)	Nej
År X Vänster-högerideologi	-0,01 (0,08)	Nej
Satsa mer på ett miljövänligt samhälle		
År X Ålder	0,02 (0,06)	Nej
År X Morgontidningsläsande	-0,11* (0,06)	Ja
År X Användande av sociala medier	-0,06 (0,05)	Nej
År X Vänster-högerideologi	0,05 (0,04)	Nej
Åkt med kollektivtrafik		
År X Ålder	0,07 (0,08)	Nej
År X Morgontidningsläsande	0,06 (0,09)	Nej
År X Användande av sociala medier	0,16* (0,07)	Ja
År X Vänster-högerideologi	-0,07 (0,06)	Nej
Kört bil		
År X Ålder	-0,09 (0,07)	Nej
År X Morgontidningsläsande	0,08 (0,07)	Nej
År X Användande av sociala medier	-0,02 (0,06)	Nej
År X Vänster-högerideologi	0,07 (0,06)	Nej

Tabell 2 Forts.

Tabell 2 forts.

Greta-effekt	b(SE)	Signifikant
Medlem i miljöorganisation		
År X Ålder	0,76 (0,16)	Nej
År X Morgontidningsläsande	1,02 (0,18)	Nej
År X Användande av sociala medier	0,83 (0,14)	Nej
År X Vänster-högerideologi	0,88 (0,12)	Nej
Intresse för miljöfrågor		
År X Ålder	-0,20 (0,07)	Nej
År X Morgontidningsläsande	0,04 (0,07)	Nej
År X Användande av sociala medier	0,08 (0,06)	Nej
År X Vänster-högerideologi	0,02 (0,05)	Nej
Miljö som viktig samhällsfråga		
År X Ålder	0,92 (0,12)	Nej
År X Morgontidningsläsande	0,34 (0,02)	Nej
År X Användande av sociala medier	0,98 (0,12)	Nej
År X Vänster-högerideologi	0,88 (0,12)	Nej

Kommentar: Tabellen visar resultaten från en serie regressionsanalyser. Siffrorna i tabellen är ostandardiserade regressionskoefficienter för interaktionen mellan undersökningsår (2018/2019) och ålder/morgontidningsläsande/användning av sociala medier/vänster-högeridentifikation. Signifikansnivåer: * $p < 0,05$, * $p < 0,01$, ** $p < 0,001$, standardfel inom parantes. Interaktionerna visar dikotoma variabelerna för a) år där 0 = 2018, 1 = 2019, b) ålder där 0 = 16–29, 1 = 30–85 år, c) morgontidningsläsande där 0 = dagligen samt 3–6 dagar/veckan, 1 = 1–2 dagar i veckan samt mer sällan, d) vänster-högerideologi där 0 = klart till vänster samt något till vänster, 1 = varken till vänster eller till höger, något till höger samt klart till höger. För en fullständig resultatredovisning med alla regressionskoefficienter hänvisas till författarna.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2018 och 2019.

Lämnar vi regressionsanalysens språkbruk betyder resultaten att vi inte har kunnat identifiera några grupper där Gretaeffekten mellan 2018 och 2019 är särskilt tydlig. Gretaeffekten är inte större bland unga eller bland personer som står till vänster, ej heller bland människor med olika grad av exponering för nyheter genom morgontidningar eller sociala medier. Givet de från början blygsamma effekterna är det i och för sig inte särskilt märkligt. Den tuffa testen av våra förväntningar om icke-uniforma effekter visar inte på några statistiskt signifikanta resultat. Greta-effekten är inte olika stor i olika grupper.

Effekter av Gretas FN-tal

Vi avslutar analysen genom att mer närsynt studera förändringar under hösten 2019. Greta Thunbergs högstanivå när det gäller medieuppmärksamhet sammanfaller med hennes tal i FN den 23 september 2019. Med hjälp av SOM-undersökningen

2019 finns vissa möjligheter att jämföra svensk miljöopinion bland de tjugofem procent av de svarande som redan hade besvarat undersökningen före FN-talet (n=2 593) och de tjugofem procent som besvarade undersökningen efter FN-talet, mer specifikt under perioden 24 september–1 oktober (n=2 505). Dessa grupper är inte helt jämförbara med varandra eftersom tidigt och sent svarande deltagare i SOM-undersökningen brukar skilja sig åt med avseende på exempelvis ålder, nyhetskonsumtion och politiskt intresse.

Tabell 3 Greta-effekten. Skillnader i klimatoro, miljöintresse, gröna åsikter och miljövänligt beteende före och efter Gretas FN-tal (procent, procentdifferenser)

Greta-effekt	Före FN-tal	Efter FN-tal	Δ	Signifikant
ORO				
Förändringar i jordens klimat	47	52	+5	Nej
Försämrad havsmiljö	50	60	+10	Ja
Miljöförstöring	44	58	+14	Ja
POLICY				
Höja koldioxidskatten på bensin	9	10	+1	Nej
Satsa mer på ett miljövänligt samhälle	40	49	+9	Ja
BETEENDE				
Åkt med kollektivtrafik	23	23	±0	Nej
Cyklat	27	25	-2	Nej
Kört bil	16	15	-1	Nej
Medlem i miljöorganisation	5	6	+1	Nej
INTRESSE				
Intresse för miljöfrågor	18	23	+5	Nej
Miljö som viktig samhällsfråga	23	26	+3	Nej

Kommentar: Resultaten jämför skattningar före och efter Gretas FN-tal den 23 september. Brytpunkten för inkomna svar före FN-talet är den 24 september (med hänsyn till relativt senfärdig postgång kan mycket få av dessa inkomna enkäter ha fyllts i efter Gretas tal), och svar efter FN-talet från den 25 september fram till den 1 oktober. Resultatet visar gruppskillnader avseende a) andelen som uppger att de är mycket oroad för förändringar i jordens klimat, försämrad havsmiljö och miljöförstöring, b) andel som svarar att det är ett mycket bra förslag att höja koldioxidskatten på bensin samt att satsa mer på ett miljövänligt samhälle, c) andel som åkt med kollektivtrafik, cyklat och kört bil någon eller flera gånger i veckan, samt andel medlemmar i miljöorganisationer, d) andel som betraktar sig som mycket intresserade av miljöfrågor samt andel som på en öppen fråga uppger miljö som en viktig fråga eller samhällsproblem (exklusive energifrågor). Signifikanstesten är ett tväsidigt test som visar skillnaden mellan två proportioner (prtesti). Antalet svarande som ligger till grund för analysen varierar mellan indikatorerna, som minst 2019 (n=1 705). Antalet svaranden före FN-talet (n= 2 593), antalet svaranden efter FN-talet (n= 2 505). Före FN-talet avser perioden fram till den 23 september efter FN-talet avser perioden 24 september–1 oktober.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2019.

Jämförelsen i tid gör det möjligt att undersöka hurvida miljöopinionen kan ha påverkats av Gretas FN-tal och medföljande medieexponering. Resultaten i tabell 3 visar generellt på en procentuell ökning i miljöpositiva attityder för våra elva indikatorer. Men för endast tre av dessa är skillnaderna signifikanta. Två av dessa gäller oro för miljön där en statistiskt signifikant ökning på 10 procentenheter fastställs när det gäller *oro för försämrad havsmiljö*, och en uppgång på 14 procentenheter gällande *oro för miljöförstöring*. Den tredje indikatorn som visar statistiskt signifikanta skillnader gäller frågan om att *satsa mer på ett miljövänligt samhälle*, där ökningen är 9 procentenheter.

Av tabell 3 framgår alltså att skillnaderna i miljöopinionen före och efter Gretas FN-tal liknar jämförelsen av miljöopinionen mellan 2018 och 2019 i tabell 1. För båda dessa jämförelser är skillnaderna signifikanta för tre av elva indikatorer, och i två av fallen avser de dessutom samma frågor; oro för havsmiljön, och satsa mer på ett miljövänligt samhälle.

Blygsam Gretaeffekt i svensk klimat- och miljöopinion

I det här kapitlet har vi studerat förändringar i svensk klimat- och miljöopinion främst i närtid, mellan 2018 och 2019. Syftet har varit att så brett som möjligt analysera – och försöka fastställa om och i så fall hur den omfattande mediebevakningen av Greta Thunbergs globala miljörelse har inneburit några förändringar och i så fall var och hur? Främst har vi analyserat indikatorer för miljöintresse, miljöoro, miljöattityder och miljöbeteenden. I allt väsentligt visar analysen på stor stabilitet mellan 2018 och 2019 både bland svenskar i allmänhet och i olika befolkningsgrupper. När det gäller inställning till förslag om att satsa på ett miljövänligare samhälle och benägenheten att uppge miljöfrågor som viktigt samhällsproblem ser vi dock en tydlig förändring mellan 2018 och 2019 som skulle kunna vara en effekt av Greta Thunbergs genomslag.

Våra analyser har lärt oss en hel del om på vilka sätt svensk miljöopinion kan ha påverkats av Greta Thunbergs entré på den internationella scenen. Vi kan nu ge ett relativt nyanserat svar på vår grundläggande frågeställning om det vi valt att kalla ”Gretaeffekten”, alltså en korttidsförändring i ökad medvetenhet om miljö och klimat. En sådan effekt finner vi i första hand när det gäller svenska folkets ökade uppmärksamhet för miljöfrågan mer generellt. Vi ser en tydlig uppgång i andelen som anser miljöfrågor vara en viktig fråga eller ett viktigt samhällsproblem. Miljö som viktigt samhällsproblem är nu är uppe på nivåer vi inte sett i opinionen sedan 2007–2009, det vill säga den tidsperiod då Al Gore, Nicholas Stern och den berömda klimatkonferensen i Köpenhamn stod högt på dagordningen. Ökad uppmärksamhet för klimatfrågor ligger i linje vad vi teoretiskt har förväntat oss givet den myckna medieuppmärksamheten för Gretas budskap.

Men Gretaeffekten tycks ännu vara ett ”ytfenomen”, begränsad till människors omedelbara uppmärksamhet för miljöfrågor. Gretaeffekten har inte nått djupare,

till förändringar i attityder och beteenden, åtminstone inte ännu. När det gäller *intresse* för miljöfrågor och *oro* för klimatförändringar finner vi inte några direkta förändringar mellan 2018 och 2019. Särskilt anmärkningsvärt är det kanske att inte graden av klimatoro har förändrats något nämnvärt för är det något man förknippar med Greta Thunberg och hennes miljö rörelse så är det ju just klimatproblematiken och därmed rimligen, skulle man kunna tycka, borde Greta kanske särskilt kunnat ha en mer direkt effekt på denna typ av oro hos folk. Vi fann även att *attityder* – som inställningen till satsningar på ett mer miljövänligt samhälle – visar en viss uppgång men inte några andra miljöattityder. Och när det gäller grönt *beteende* – det som vi vet från tidigare forskning är svårast att påverka – tycks Greta ännu inte haft någon direkt påverkan över huvud taget. Att vi finner en så pass stor ökning när det gäller hur viktig miljöfrågan är för folk tycks inte ha att göra med Gretas inträde på de mediala och politiska arenorna utan förefaller snarare ha att göra med ett tredebrott som ägde rum innan Greta Thunberg ens förekom i debatten. Möjligen skulle detta tala för att vi i kommande års undersökningar kommer att se ytterligare ökning i bedömningen av hur viktig miljöfrågan är för folk, det vill säga att Greta dels kan surfa på vågen från ett tidigare tredebrott, men kanske också att hon på sikt kommer att kunna hjälpa till att förstärka magnituden i denna vågrörelse.

Vad som kan tala emot en sådan mer långsiktig Gretaeffekt är att andra storslagna frågor mycket väl kan komma att segla upp på agendan och, så att säga, ”förlora” effekten av Gretas strävanden. I skrivande stund har till exempel coronavirusets spridning över världen snabbt kommit att skugga allt vad miljö- och klimatdebatt heter och har istället kastat desto mer ljuset på betydligt mer närliggande och akuta problem som rör folkhälsa och ekonomi. I många länder, även i Sverige, har alltså den politiska dagordningen kommit att möbleras om när politiken styrt om sitt fokus nästan helt mot medicinsk och ekonomisk kris hantering. Frågan är om detta kommer att innebära ett hårt slag mot Gretas och andras globala ansträngningar att motverka klimatförändringar? I konkurrens med frågor som rör ekonomi, tillväxt, sysselsättning och välfärd, hur kommer miljö- och klimatfrågorna att kunna fortsätta stå högt på den politiska dagordningen globalt och i Sverige?

Om sådant vet vi ännu ingenting. Antingen konkurrerar Covid-19 ut klimatfrågan, eller så kan de i själva verket komma att verka i förening. Kartor visar idag hur luftkvaliteten i världens mest industritäta områden kraftigt förbättrats till följd av nedstängningar, något som väcker eftertanke. Med ett fortsatt fokus på klimat kan ekonomiska omställningar till följd av coronavirusets framfart komma att betyda ett abrupt slut på omodern, förlegad och starkt fossilberoende tillverkning, och leda till satsningar på mer miljövänlig teknik. En nedstängd värld där resor inte är möjliga har framvingat nya vanor att använda informationsteknologi för möten. En post-pandemisk världsekonomi med färre resor och kortare transporter kan alltså vänta runt hörnet – en utveckling som i så fall kanske gör det lättare för världssamfundet att klara ambitiösa mål om utsläppsminskningar.

Om man betänker att Greta Thunberg främst tycks ha haft en stark inverkan på många av världens politiska ledare och betydligt mindre på allmänhetens uppfattningar om klimathotet (åtminstone i Sverige) – i sig ingen dålig prestation av en tonåring! – kanske Coronapandemin inte alls behöver betyda ett bakslag för klimatrörelsen utan tvärt om: Om världens ledare verkligen har tagit starka intryck av Thunberg kan den framtida restaureringen av världsekonomin komma att ske på ett sätt som även gynnar jordens klimat.

Referenser

- Perper, Rosie (2019, 18 september). 16-year-old Greta Thunberg met with Obama and chided senators, saying they're not trying hard enough to fight climate change. *Business Insider*. Hämtad från <https://www.businessinsider.com/obama-meets-with-greta-thunberg-video-tweet-fist-bump-2019-9?r=US&IR=T>
- Druckman, James N. (2014). Pathologies of studying public opinion, political communication, and democratic responsiveness. *Political Communication*, 31(3): 467–492.
- Holmberg, Sören & Sara Persson (2020). *Svenska folkets åsikter om olika energikällor 1999–2019*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Jagers, Sverker C. & Johan Martinsson (2007). Miljöopinionen i hetluften. I Sören Holmberg & Lennart Weibull (red) *Det nya Sverige*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Jönsson, Erik (2019). *Miljöopinionen i Valundersökningarna 1982–2018*. Val-forskningsprogrammets rapportserie 2019:7. Göteborg: Statsvetenskapliga institutionen vid Göteborgs universitet.
- Karlsten, Emanuel, Martner, Gustav, Rosenqvist, Anna & Fredrik Idestål (2019). *Medieakademins maktbarometer 2019*. Göteborg: Medieakademien. Hämtad från https://medieakademien.se/wp-content/uploads/2019/10/Maktbarometer_2019_ANALYSRAPPORT.pdf
- Oscarsson, Henrik & Toivo Sjören, (2020). *Medieakademins förtroendebarmeter 2020*. Direktsänd presentation på SVT Forum den 11 mars 2020. Hämtad från https://medieakademien.se/wp-content/uploads/2020/03/Presentation_fortroendebarmeter_2020.pdf
- SvD (2019, 19 juli). Merkel: Greta har varit en blåslampa. *Svenska Dagbladet*. Hämtad från <https://www.svd.se/merkel-greta-har-varit-en-blaslampa>
- Zaller, John (1992). *The Nature and Origins of Mass Opinions*. Cambridge: Cambridge University Press.