

Pressmeddelande

03.03.2020

Klimatförändringarna uppfattas som den största utmaningen i vår tid

En ny rapport från Vattenfall visar att allmänheten anser att klimatförändringarna är den största utmaningen i vår tid – allvarligare än något annat globalt problem som krig och konflikter eller lågkonjunktur. Företag och regeringar förväntas leda kampen mot klimatförändringarna samtidigt som de också upplevs vara de som har bäst förmåga att sakta ned dem. Det framkommer också att ett balanserat klimatsamtal kan inspirera till handling.

Rapporten baseras på en undersökning där 7220 personer i Sverige, Tyskland, Nederländerna, Danmark, Finland, Frankrike och Storbritannien svarat på frågor om vilka känslor klimatförändringarna ger upphov till. Över en tredjedel anser att klimatförändringarna är den mest akuta globala frågan och mer än 40 procent av deltagarna uppger att de känner ångest.

I rapporten presenteras också en analys av mediernas bevakning av klimatförändringarna det senaste året. En stor andel nyheter beskriver klimatfrågans allvar och har därmed haft en negativ tonalitet. En annan del av publiciteten var särskilt negativ till sin karaktär och framhåller ur ett mer emotionellt perspektiv de redan märkbara katastrofala följderna av klimatförändringarna. Det fanns också en positiv andel nyheter, där olika initiativ för att bromsa klimatförändringarna eller den politiska utvecklingen för att stärka ramverket kring klimatfrågan beskrivs.

Resultaten visar dock att respondenterna har lättare för att minnas negativa nyheter om klimatförändringarna. De medger också att det är mer sannolikt att de delar med sig av negativa inslag på sociala medier. Samlat kan detta leda till en känsla av maktlöshet.

I rapporten medverkar den amerikanska psykologen Renee Lertzman som säger:

– Ett balanserat samtal om klimatförändringarna innebär att alla svar är tillåtna: vi har rätt att vara sårbara och rädda på samma gång som vi är modiga och aktiva. Ett balanserat offentlig samtal gör det möjligt för oss att faktiskt ta in svar som täcker hela spektrat. Vi behöver inte längre välja mellan att känna oss rädda eller att känna oss inspirerade. Vi behöver inte längre omväxlande vara hoppfulla, optimistiska och förtvivlade. Vi kan vara allt detta och mycket mer på en och samma gång så snart vi inser att det är omöjligt att dela upp känslor och reaktioner i små fack.

– Det är tydligt att våra känslor i fråga om klimatförändringarna har passerat en kritisk brytpunkt i samhället. Vi är ett företag som producerar och levererar energi och har därmed stora möjligheter att påverka klimatfrågan, något som också understryks i och med denna rapport. Hela företaget med våra 20 000 medarbetare arbetar för att göra det möjligt att leva fossilfritt inom en generation och för att hjälpa partners och industrier att elektrifiera transporter och processer och därigenom ersätta fossila bränslen, säger Magnus Hall, vd och koncernchef för Vattenfall.

Fler viktiga punkter från rapporten:

- Många konsumenter har redan ändrat sitt sätt att leva och de inköpsbeslut de fattar i syfte att förbättra sina klimatavtryck. Det finns dock ytterligare potential i att en stor andel av befolkningen säger att de ännu inte gör så trots att de skulle vilja.
- Det kan ligga rent praktiska hinder i vägen för att skrida till handling, till exempel att klimatsmarta alternativ saknas eller är för dyra. Det kan också handla om det samtal i medier och sociala medier som man tar del av. I synnerhet negativa nyhetsflöden får många att känna sig maktlösa och uppleva att man som individ inte kan bidra till att stoppa problemen. Att i media däremot ta del av positiva exempel på framsteg i kampen mot klimatförändring får ofta helt motsatt effekt.
- En i huvudsak positiv mediabevakning har en påtagligt emotionell effekt, i synnerhet inspirerar den individen till att själv agera och följa andras exempel.
- Mer negativ och känslomässig nyhetsbevakning kan också stimulera till kamp mot klimatförändringarna – i synnerhet om den får oss att känna ilska över människans påverkan på vår planet.

Rapporten i sin helhet och en sammanfattning finns bifogad.

Mer om rapporten:

vattenfall.com

För ytterligare information kontakta:

Vattenfalls pressavdelning, 08-739 50 10, press@vattenfall.com