



Klimatkommunikation under covid-19- pandemin

Climate communication during the Covid-19 pandemic

Julia Svensson och Wilma Vigren

Miljövetenskap

Kandidatnivå

15 HP

VT 2020

Handledare: Göran Ewald och Ebba Lisberg Jensen

Sammanfattning

Att hantera konsekvenserna av klimatförändringarna är en av mänsklighetens största utmaningar. Forskare, förespråkare och andra aktörer har länge försökt kommunicera till allmänheten om klimatförändringar, men det tycks vara svårare än väntat. En paradox har uppstått som innebär att ju mer fakta som presenteras, desto mindre oro. Ett tydligt exempel på var och hur det kan komma till uttryck är i medier. Ytterligare en global utmaning är den pågående covid-19-pandemin. I ett tidigt skede observerade vi att medierapporteringen på olika sätt började koppla samman covid-19-pandemin med klimatförändringarna. Syftet med denna studie är att undersöka hur klimatkommunikationen tar sig uttryck under covid-19-pandemin via debattartiklar. Metoden för undersökningen var en latent innehållsanalys och resultatet analyserades med hjälp av Per Espen Stoknes modell om de fem psykologiska barriärerna samt teori om strategier inom klimatkommunikation. Resultatet visar att klimatkommunikationen uttrycktes på olika sätt genom både barriärer och strategier, men att kommunikationen till överhängande del uttrycktes genom strategier. Studien kan öka förståelsen för hur klimatförändringar kan kommuniceras för att skapa klimatengagemang och kan därmed fungera som en språngbräda för fortsatt forskning.

Nyckelord: klimatförändringar, global uppvärmning, klimatkommunikation, covid-19-pandemin, barriärer, strategier, *doom*, *supportive*, *story-based*

Abstract

Dealing with the consequences of climate change is one of humanity's greatest challenges. Researchers, advocates and other actors have long tried to communicate to the public about climate change, but it seems to be more difficult than expected. A paradox has arisen which means that the more facts that are presented, the less concern. A clear example of where and how it can be expressed is in the media. Another global challenge is the ongoing covid-19 pandemic. At an early stage, we began to observe how different types of media started to link the covid-19 pandemic to climate change. Based on the background of climate communication and this observation, the purpose of this study is to investigate how climate communication is expressed during the covid-19 pandemic via debate articles. A latent content analysis was performed and the results was analyzed with Per Espen Stoknes model on the five psychological barriers and theory on strategies in climate communication. The results show that climate communication was expressed in different ways through both barriers and strategies, but mainly through strategies. The study can further increase the understanding of how climate change can be communicated to create climate commitment and can thus serve as a springboard for further research.

Keywords: climate change, global warming, climate communication, covid-19 pandemic, barriers, strategies, doom, supportive, story-based

Innehållsförteckning

1. INLEDNING.....	5
1.1 SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNING	7
1.2 AVGRÄNSNINGAR.....	7
2. BAKGRUND.....	8
2.1 KLIMATFÖRÄNDRINGAR.....	8
2.2 NYA PERSPEKTIV PÅ KLIMATFÖRÄNDRINGAR UNDER COVID-19-PANDEMIN.....	8
2.3 KLIMATKOMMUNIKATION.....	9
3. TEORI	11
3.1 MODELLEN OM DE FEM PSYKOLOGISKA BARRIÄRERNA	11
3.2 TEORIN OM DE FEM NYA STRATEGIERNA FÖR KLIMATKOMMUNIKATION	13
4. METOD.....	16
4.1 KVALITATIV ANSATS	16
4.2 LATENT INNEHÅLLSANALYS	16
4.2.1 Urval.....	16
4.2.2 Utförande	17
5. RESULTAT OCH ANALYS.....	19
5.1 BARRIÄRER.....	19
5.2 STRATEGIER	22
6. DISKUSSION OCH SLUTSATS.....	27
7. REFERENSER.....	29

1. Inledning

Att hantera konsekvenserna av klimatförändringarna är en av mänsklighetens största utmaningar. Under de senaste 40 åren har forskarsamfundet kommit att enas kring den mänskliga verksamhetens betydande roll för klimatförändringarna och om de omedelbara åtgärder som måste vidtas för att minska den globala uppvärmningen (Schmid-Petri, Adam, Schmucki & Haussler, 2017). Den globala genomsnittliga yttemperaturen har stigit med cirka 1 grad sedan förindustriell tid och förväntas med stor sannolikhet att nå 1,5 grader mellan 2030 och 2052 om den globala uppvärmningen fortsätter i samma takt. Den ökade temperaturen har effekter på jordens klimat i form av bland annat stigande havsnivå, ökenspridning, markförstöring och förlust av biologisk mångfald, vilket i sin tur leder till risker inom till exempel vatten- och livsmedelsförsörjning (IPCC, 2018a). Enligt Stoknes (2015) har erkända forskare, förespråkare och andra aktörer i mer än tre årtionden försökt kommunicera till allmänheten om klimatförändringarna. Syftet har varit att försöka väcka engagemang hos människor, men det tycks vara svårare än väntat. När ny fakta presenteras verkar människor tvärtom bara bry sig mindre om att agera. Det verkar finnas en psykologisk barriär som separerar det människor vet från det de gör och hur de lever. Budskapen verkar ibland inte ens nå fram till den mest mottagliga publiken. Den här paradoxen har klassats som det största misslyckandet inom vetenskapskommunikation genom historien: ju mer fakta, desto mindre oro (Stoknes, 2015).

Stoknes (2015) menar att ett tydligt exempel på var och hur klimatkommunikationen brister är i medier. Vid granskning av medierapporteringen om klimatförändringarna syns tydliga tecken på både distansering och självförsvar. Klimatförändringarna är varken ett individualistiskt, tekniskt eller miljömässigt problem. De tekniska lösningarna som behövs för att uppnå ett samhälle med låga utsläpp finns redan. Det ska snarare ses som en kulturell utmaning, med lösningar på den organisatoriska sociala nivån. Strategierna för att lösa problemet måste därför också vara sociala. Människor måste vilja leva i ett klimatvänligt samhälle för att de ser det som något bättre och inte för att de blir skrämde eller tvingade till det (Stoknes, 2015).

Ytterligare en global utmaning är den pågående covid-19-pandemin. I slutet av 2019 bekräftades spridningen av ett nytt coronavirus i staden Wuhan i Kina. Den 11 mars 2020 förklarade Världshälsoorganisationen (WHO) det nya coronaviruset covid-19 som en

pandemi (Folkhälsomyndigheten, 2020). Den har resulterat i att de flesta av världens länder har svarat med social distansering och karantän, samt en markant minskning av ekonomiska aktiviteter. Mänskligheten försattes i en global kris i och med virusets snabba spridning, dess omfattning och komplexa konsekvenser, vilket historiskt sett är unikt. Pandemier har uppstått i genomsnitt en gång varje decennium, men frekvensen mellan dem verkar ha blivit allt kortare under senare år. De primära faktorerna som har bidragit till förändringen är överbefolkning och fattigdom, vilka är starkt kopplade till global uppvärmning, miljöförstöring, samt en ökad befolkningstäthet (Ross, Crowe, & Tyndall, 2015). Sedan millennieskiftet har sex stora pandemier och epidemier svept över världen. Dock har ingen av de haft samma utbredning och omfattande påverkan som covid-19-pandemin (Cheval et al., 2020).

I ett tidigt skede observerade vi att medierapporteringen på olika sätt började koppla samman covid-19-pandemin med klimatförändringarna. Klimatdebatten fick ett nytt innehåll och utvidgades med nya perspektiv. Bland annat debatterade Rockström (2020) om likheten mellan kriserna, som han menar orsakas av hur mänskligheten missköter globala allmänningar. Dock bemöts dem på helt olika sätt, där några få agerar kraftfullt för klimatförändringarna, medan hela samhällen reser sig och agerar för covid-19-pandemin (Rockström, 2020). Pandemin har även kommit att belysa det som många forskare länge har argumenterat för i relation till klimatförändringarna: hur samspelt, beroende av varandra och hur social människan är som art (Hulme et al., 2020). I och med de nya inslagen som covid-19-pandemin har bidragit med till klimatdebatten, såg vi möjligheten att analysera klimatkommunikationen på ett djupare plan under den pågående pandemin. Intresset uppstod mot bakgrunden av att den tidigare klimatkommunikationen inte har varit framgångsrik nog (Stoknes, 2015) och att tiden för att agera mot klimatförändringarna börjar rinna ut (Rockström, 2019).

1.1 Syfte och frågeställning

Studien syftar till att undersöka hur klimatkommunikationen tar sig uttryck under covid-19-pandemin via debattartiklar. Vidare ämnar studien att bidra till en ökad förståelse för hur klimatförändringar kan kommuniceras för att skapa klimatengagemang. Frågeställningen för undersökningen lyder “Hur uttrycks klimatkommunikationen i debattartiklar under covid-19-pandemin?”

1.2 Avgränsningar

Vi har valt att avgränsa undersökningen till debattartiklar som behandlar både covid-19-pandemin och klimatförändringar. Vi har därmed exkluderat debattartiklar som endast behandlar klimatförändringar. Debattartiklar valdes som studieobjekt på grund av att de står för en typ av kommunikation som når ut till den stora allmänheten, vilket enligt Stoknes (2015) är av största vikt för en lyckad klimatkommunikation. Vi har valt att analysera klimatkommunikation efter en viss teori för att tolka hur kommunikationen kom till uttryck. Vi har därmed valt att inte undersöka hur kommunikationen uppfattas av mottagarna/läsarna utan det förblir ett forskningsområde för en annan studie.

2. Bakgrund

I det här avsnittet presenteras bakgrunden för undersökningen. Initialt presenteras klimatförändringar, följt av kopplingen till pandemier och mer specifikt den pågående covid-19-pandemin. Därefter följer en redogörelse över klimatkommunikation och dess roll i att skapa ett effektivt klimatarbete.

2.1 Klimatförändringar

Klimatförändringar och dess påverkan på naturliga och mänskliga system utgör ett av de största hoten mot mänskligheten. Paradoxalt nog är den främsta orsaken till förändringarna människans utsläpp av fossila bränslen (IPCC, 2018a). Den globala genomsnittliga ytttemperaturen har stigit med cirka 1 grad sedan förindustriell tid och förväntas med stor sannolikhet att nå 1,5 grader mellan 2030 och 2052 om uppvärmningen fortsätter i samma takt. I maj 2020 nådde koldioxidhalten en ny rekordnivå som uppmättes till 417,1 ppm (parts per million) enligt mätningar vid *Mauna Loa observatory* (NOAA Research News, 2020). Utsläppen från förindustriell tid fram tills idag kommer kvarstå i flera århundraden och årtusenden och bidra till ytterligare långsiktiga förändringar i klimatsystemet. Den ökade temperaturen har effekter på jordens klimat i form av bland annat stigande havsnivå, ökenspridning, markförstörelse och förlust av biologisk mångfald, vilket i sin tur leder till risker inom till exempel vatten- och livsmedelsförsörjning (IPCC, 2018a). I Parisavtalet 2015 enades världens länder om ett klimatavtal som slog fast att den globala temperaturökningen ska hållas väl under 2 grader och en strävan att begränsas till 1,5 grader (Naturvårdsverket, 2020). För att inte överstiga 1,5 grader krävs att alla fossila bränslen och dess utsläpp fasas ut till år 2050 (IPCC, 2018a). Om inga åtgärder vidtas kan så kallade tröskeeffekter (*tipping points*) uppstå, vilket innebär att kritiska värden överskrids och jorden blir självuppvärmande (IPCC, 2018b).

2.2 Nya perspektiv på klimatförändringar under covid-19-pandemin

Ytterligare en global utmaning är den pågående covid-19-pandemin. I slutet av 2019 bekräftades spridningen av ett nytt coronavirus i staden Wuhan i Kina. Den 11 mars 2020 förklarade Världshälsoorganisationen (WHO) det nya coronaviruset covid-19 som en pandemi (Folkhälsomyndigheten, 2020). Den har resulterat i att de flesta av världens länder har svarat med social distansering och karantän, samt en markant minskning av ekonomiska aktiviteter. Mänskligheten försattes i en global kris i och med virusets snabba spridning, dess

omfattning och komplexa konsekvenser, vilket historiskt sett är unikt (Ross, Crowe, & Tyndall, 2015).

Pandemier har uppstått i genomsnitt en gång varje decennium, men frekvensen mellan dem verkar ha blivit allt kortare under senare år. De primära faktorerna som har bidragit till förändringen är överbefolkning och fattigdom, vilka är starkt kopplade till global uppvärmning, miljöförstöring, samt en ökad befolkningstäthet (Ross, Crowe, & Tyndall, 2015). Den globala uppvärmningen ökar riskerna för fler vektorburna sjukdomar, men också ett potentiellt skifte i dess geografiska utbredning (IPCC, 2018a). Sedan millennieskiftet har sex stora pandemier och epidemier svept över världen, däribland SARS (2002-2004), Svininfluensan (2009), MERS (2012-2020), Ebola (2013-2016), Zikaviruset (2015-2016) och fågelinfluensan (2008-2014). Dock har ingen av de haft samma utbredning och omfattande påverkan som covid-19-pandemin (Cheval et al., 2020).

Hulme et al. (2020) menar att en likhet mellan covid-19-pandemin och klimatförändringarna är att båda sprider sig över gränser. En virus spridning kan liknas med luftföroreningar som sprider sig över världen och påverkar människor globalt. Covid-19-pandemin belyser hur sammankopplade miljö, hälso, sociala- och ekonomiska problem är. En viktig skillnad mellan covid-19-pandemin och klimatförändringarna är dock tillfälligheten. Påverkan från pandemin tycks vara klar och omedelbar medan påverkan från klimatförändringarna är mer diffusa, varierande och osäkra. De underliggande drivkrafterna för klimatförändringarna är även mycket mer djupt rotade i de globala ekonomiska, teknologiska, kulturella och politiska strukturerna än vad de för covid-19 är. Globala problem som covid-19-pandemin och klimatförändringarna är gränsöverskridande och därmed har pandemin kommit att belysa det som många forskare länge har argumenterat för i relation till klimatförändringarna: hur samspelt, beroende av varandra och hur social människan är som art (Hulme et al., 2020).

2.3 Klimatkommunikation

Erkända forskare, förespråkare och andra aktörer har i mer än tre årtionden försökt kommunicera till allmänheten om klimatförändringarna. Syftet har varit att försöka väcka engagemang hos människor, men det tycks vara svårare än väntat (Stoknes, 2015). Forskare har länge presenterat fakta i långa rapporter med abstrakta grafer, vilket är förståeligt sett till komplexiteten i klimatförändringarna. Dock kan den här typen av kommunikation få omvänd effekt. En stor mängd forskning inom de kognitiva vetenskaperna visar att sättet som

information presenteras på kommer också påverka både förståelsen och informationens trovärdighet. Att presentera detaljerade grafer som mottagarna ska förväntas förstå anses därmed inte vara effektivt och kan ibland till och med bli kontraproduktivt (Amelung, Fischer, Kruse & Sauerborn, 2016). Vidare förklarar Dryzek och Lo (2015) att det heller inte hjälper att försöka öka människors rädsla inför klimatförändringarna, att presentera för mycket information om problemet eller att hävda forskarnas och vetenskapens auktoritet för att få allmänhetens respekt.

Vidare menar Stoknes (2015) att när ny fakta om klimatförändringar presenteras, verkar människor bara bry sig mindre om att agera. Ett tydligt exempel på var och hur det kan komma till uttryck är i medier. Han menar att vid granskning av medierapportering om klimatet syns tydliga tecken på både distansering och självförsvar. Människor är duktiga på att skydda sig själva mot sådant som de egentligen inte vill höra. Klimatkommunikatörer har länge försökt förmedla budskap om klimatförändringar, men också strävat efter att bryta sig igenom den mentala vägg som separerar det människor vet från det de gör och hur de lever. Dock verkar budskapen inte nå fram och ibland inte ens för den mest mottagliga publiken, vilket har klassats som det största misslyckandet inom vetenskapskommunikation genom historien: ju mer fakta, desto mindre oro (Stoknes, 2015).

Stoknes (2015) förklarar att klimatförändringarna varken är ett individualistiskt, tekniskt eller miljömässigt problem. De tekniska lösningarna som behövs för att uppnå ett samhälle med låga utsläpp finns redan. Klimatförändringarna ska enligt Stoknes (2015) snarare ses som en kulturell utmaning, med lösningar på den organisatoriska sociala nivån. Strategierna för att lösa problemet måste därför också vara sociala. Förändring kommer inte att ske när rationella aktörer agerar individuellt, utan samhällen förändras när medborgare börjar agera tillsammans med andra. Det måste börja med många på en gång, på många ställen samtidigt. Storskaliga systemförändringar kan bara ske när tillräckligt många människor har bestämt sig för att de vill ha förändring (Stoknes, 2015). Enligt Ros, LaRocque, Fortinsky och Nicholas (2020) är något av det viktigaste i en effektiv klimatkommunikation att kommunikatören känner sin publik. Med andra ord behöver den som sänder ut budskapet förstå sina lyssnares unika bakgrund utifrån flera aspekter, däribland den psykologiska aspekten. Beroende på mottagarnas bakgrund kommer dem att känna olika motivation inför att minska sina växthusgasutsläpp och anta en livsstil som är bättre för både hälsan och planeten (Ros et al., 2020).

3. Teori

Vi har utgått från boken “*What We Think About When We Try Not To Think About Global Warming*” skriven av den norske psykologen och ekonomen Per Espen Stoknes. I boken redogör han för sin modell om de fem psykologiska barriärerna och sin teori om strategier inom klimatkommunikation. Stoknes barriärer och strategier utgjorde det teoretiska ramverket för undersökningen och syftet var att analysera hur de tog sig uttryck i empirin.

3.1 Modellen om de fem psykologiska barriärerna

Stoknes (2015) menar att människors oförmåga att ta till sig budskap om klimatförändringarna har att göra med psykologiska faktorer. Problemet grundar sig i verkligheten om att ett minskande klimatengagemang inte har att göra med brist på fakta, teknik eller politiska lösningar, utan snarare har att göra med mjukare psykologiska faktorer. Stoknes (2015) har identifierat fem stycken psykologiska barriärer som hindrar ett budskap från att nå sin mottagare och således inte resulterar i meningsfull respons och handling. De fem barriärerna är starka och orubbliga och tillsammans kan de nästan verka oöverbanneliga. De är alla sammankopplade, men också distinkta. Motståndare till klimatrörelsen har framgångsrikt lyckats trigga igång var och en av barriärerna i arbetet mot klimatforskningen. Dock har även klimatkommunikatörerna själva oavsiktligt aktiverat dem genom att till exempel presentera klimatfakta i abstrakta grafer och långa tidslinjer samt inte kopplat risker till möjligheter för förändring. Denna typ av kommunikation har gett bakslag genom att den triggat igång människors självförsvaret. De här barriärerna har Stoknes (2015) sammanställt i en modell som kallas The five D's. Nedan presenteras en kortfattad förklaring av vad de olika psykologiska barriärerna innebär. Barriärerna kommer sedan utgöra en del av analysen av empirin.

Distance

Klimatförändringarna är avlägsna för många personer då det inte är något som kan ses med bara ögat. Smältande glaciärer, havsnivåhöjningar och allvarligare översvämningar, bränder och andra klimatstörningar är vanligtvis avlägsna. Människor tänker ofta att sådant kan drabba utomstående personer men inte en själv eller någon i ens närhet. De största konsekvenserna verkar även tyckas ligga längre fram i tiden, i det kommande årtiondet eller senare. Trots att vissa människor menar att klimatförändringarna är här nu känns det avlägset

från vardagliga bekymmer.

Doom

När klimatförändringarna läggs fram som en katastrof som endast karaktäriseras av förluster, kostnader och uppoffringar är det lätt att ämnet undviks. Människan försöker till sin natur att undvika förluster och när praktiska lösningar saknas för ett problem växer hjälplösheten och rädslan. Det har sagts så pass länge att "slutet är nära" att budskapet inte längre registreras hos människor.

Dissonance

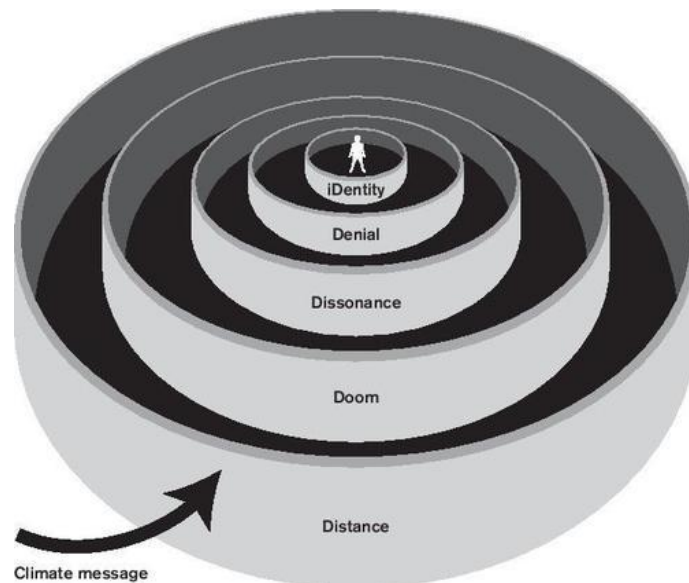
Dissonans uppkommer om det som en person vet hamnar i konflikt med det den gör. Ett exempel kan vara att en person använder sig av fossila bränslen som den vet bidrar till global uppvärmning. Detsamma händer om människors attityder sätter sig emot attityder hos personer som är viktiga för den. Avsaknaden av bekväma beteenden och socialt stöd gör därmed att attityder som är klimatpositiva försvagas med tiden. Genom att tveka på eller tona ner det människor vet kan de må bättre över hur de lever. Beteende och sociala relationer bestämmer därmed attityden i det långa loppet.

Denial

När människor förnekar, ignorerar eller undviker att uppmärksamma oroande fakta om klimatförändringarna finner de skydd från både rädsla och skuld. Genom att förneka och håna kan människor ge tillbaka på dem som kritiserar deras livsstilar, tror att de vet bättre och försöker berätta hur livet skall levas. Förnekelse bygger på självförsvaret och inte ignorans, intelligens eller brist på information.

iDentity

Människor filtrerar nyheter genom sin professionella och kulturella identitet. De söker efter information som stärker deras existerande värderingar och föreställningar samt sorterar bort det som inte gör det. Om människor med konservativa värderingar hör från liberaler att klimatet förändras är det därmed mindre chans att de tror på budskapet. Kulturell identitet överskuggar fakta och människor upplever motstånd när det krävs att de ska ändra sin självidentitet.



Climate Chat (2015)

3.2 Teorin om de fem nya strategierna för klimatkommunikation

För att ta sig förbi de fem barriärerna krävs nya strategier. Stoknes (2015) menar att kommunikationen bör vara i linje med hur det mänskliga psyket fungerar. Människor ska vilja leva i ett klimatvänligt samhälle för att de ser det som något bättre och inte för att de blir skrämda eller känner sig tvingade till det. Ständig utveckling inom klimatarbetet sker världen över och en diversifierad klimatrörelse håller på att födas. Inom denna rörelse finns det ett flertal initiativ som tillsammans kan utgöra nya strategier för klimatkommunikation. Det nya tillvägagångssättet Stoknes (2015) presenterar innebär ett skifte från den gamla linjära kommunikationsmodellen till en bredare interaktiv kommunikationsmodell som inkluderar praktiskt engagemang. Nedan presenteras de fem strategierna som Stoknes (2015) anser gör det möjligt att komma förbi de fem psykologiska barriärerna.

Social

De sociala nätverk människor har omkring sig har stor påverkan på deras attityder och beteenden. Sociala normer är den största påverkansprincipen av de som klassas som vanligast vid påverkansarbete för klimatet. Det sociala inkluderar omtanke om miljön, omtanke om framtida generationer, ekonomiska aspekter och sociala normer. Genom att använda sociala normer och involvera olika grupper i samhället för att skapa delad mening kan klimatkommunikationen bli mindre universell och mer social. De budskap som sänds ut ska

inte relatera till isen på Arktis år 2050 eller Antarktis år 2100, utan istället till praktiska samspel med människor och platser som värdesätts idag.

Supportive

Det behövs ett skifte till inramningar som stödjer klimatet istället för att ge bakslag. När det kommuniceras om klimatet bör det användas positiva budskap, som förslagsvis kan handla om hur vi reducerar risker, främjar hälsa och välmående, ökar beredskap och resiliens, gynnar gemensamma mål, samt möjligheter för innovation och jobbtillväxt. Att fokusera på möjligheterna och konkurrenskraften kan göras genom så kallad *opportunity framing*. Alla nya inramningar syftar till att gynna människor och deras liv, trygghet, det dem värderar och lokala jobbmöjligheter.

Simple

Nudging, vilket kan översättas till “en knuff i rätt riktning”, är ett effektivt verktyg att implementera för att förbättra klimatet och miljön. Samma faktorer som leder oss till att göra omedvetna val som bidrar till föroreningar, kan på ett motsatt sätt hjälpa oss till att göra ett omedvetet bättre val. Den här strategin handlar således om att göra det enkelt att göra rätt val. Ett exempel på gröna nudges som gör det enklare att agera klimat- och miljövänligt är att utveckla och öka kollektivtrafiken och cykelmöjligheter medan bilparkering och tillgång till innerstaden minskar.

Story-Based

Som människor skapar vi mening i våra liv genom berättelser. Det behövs flera olika typer av narrativ för att få människor att förstå hur brådskande problemet är och således börja agera. Olika publikgrupper behöver höra olika berättelser och det är först när de görs attraktiva och identifierbara som människor börjar överväga vetenskaplig fakta. I kommunikationen bör istället nya narrativ användas som till exempel *The Green Growth Narrative* vilket innebär att samhällen bör kunna fortsätta skapa ekonomiskt värde samtidigt som fysiska materialflöden minskar, samt *The Well-Being Narrative* vilket är ett narrativ som fokuserar på lycka istället för apokalyps och som istället skildrar det samhället som vi vill leva i. *The Stewardship Story* berättar om hur viktigt det är att vara en förvaltare av naturen och att vi behöver lämna den i samma goda skick till kommande generationer, eller till och med i bättre skick än vi fann den och *The Re-Wilding Story* berör naturens fantastiska förmåga att återhämta sig och människans nära relation till naturen. När fokus ligger på sådana narrativ bör de göras

personliga, konkreta, levande, visuella och humoristiska. Bättre narrativ gör att de djupaste barriärerna kan övervinnas, speciellt *denial* och *identity*. Att vara radikal på riktigt är att möjliggöra hopp, inte att övertyga med förtvivlan. Istället för att hoppas på att siffror och fakta kommer att tala för sig själva, måste vetenskap integreras med *storytelling*.

Signals

För att stötta de nya narrativen behövs nya indikatorer som ger återkoppling och visar framsteg. Indikatorer behövs som visualiserar komplex information på ett konkret sätt som kan klargöra och vara användbara för såväl offentliga beslutsfattare som i människors sociala nätverk. Sådana indikatorer kan vara mätningar av exempelvis grön tillväxt, lycka och välmående, etiska åtaganden inom de planetära gränserna, samt kvalité på ekosystem och naturindex. Val av indikatorer har en stor påverkan då det som mäts är det som förvaltas. Om något inte mäts kan det därmed inte förvaltas, utvecklas eller återkopplas till. För att nya indikatorer ska börja användas måste de uppfattas som meningsfulla och inte bara innehålla siffror. Detta kan endast ske när indikatorerna är tätt kopplade till den större historien om samhällelig förändring.

4. Metod

För att undersöka hur klimatkommunikationen tar sig uttryck under covid-19-pandemin genomfördes en latent innehållsanalys. Nedan presenteras metoden med urval, utförande, analysmetod och kodningsschema.

4.1 Kvalitativ ansats

Undersökningen hade en kvalitativ ansats, vilket innebar att fokuset låg på att tolka, analysera och få förståelse för kommunikationen i debattartiklarna. Eriksson Barajas, Forsberg och Wengström (2013) förklarar att genom en kvalitativ ansats är forskare inte skilda från det som studeras, utan deras uppfattningar kan påverka resultatet av undersökningen. För denna studien innebar det att analysen av resultatet var egna tolkningar av klimatkommunikationen.

4.2 Latent innehållsanalys

I enlighet med Eriksson Barajas, Forsberg och Wengström (2013) utfördes en latent innehållsanalys av debattartiklar i dagstidningar. Bryman (2011) förklarar latent innehåll som innebörder som ligger bakom det mer ytliga indikatorerna på ett visst innehåll. Att identifiera sådana latenta innehåll innebär att forskaren tolkar den innebörd och den mening som ligger under ytan. Enligt Eriksson Barajas, Forsberg och Wengström (2013) är målet först att nå djupet i texten för att sedan kunna integrera data i en förklaringsmodell, vilken för undersökningen var Stoknes (2015) modell om barriärer och teori om strategier inom klimatkommunikation. Undersökningen tog form genom färgkodning, kategorisering och tematisering (Eriksson Barajas, Forsberg & Wengström, 2013).

4.2.1 Urval

I enlighet med Bryman (2011) utfördes ett typ av icke-sannolikhetsurval kallat bekvämlighetsurval. Studieobjektet för undersökningen var debattartiklar från olika dagstidningar. Urvalstypen innebar att vi valde de studieobjekt som för tillfället fanns tillgängliga för oss. Bryman (2011) menar att ett bekvämlighetsurval kan utföras när det finns ett unikt tillfälle att samla in data, en möjlighet som forskaren inte har råd att missa. I vårt fall handlade det om att vi såg en möjlighet att analysera klimatkommunikationen under den pågående pandemin, en möjlighet som ansågs komma bara en gång. Resultaten för ett bekvämlighetsurval kan enligt Bryman (2011) visa sig vara mycket intressanta men de utgör

inte några slutgiltiga resultat på grund av att de inte är generaliserbara. Resultaten från ett bekvämlighetsurval kan istället ses som en språngbräda för fortsatt forskning eller leda till att kopplingar kan göras mellan existerande resultat på ett eller annat område. För vår undersökning kan det till exempel innebära att andra forskare utgår från vår undersökning när de jämför klimatkommunikationen innan och efter pandemin.

Kriteriet för innehållet i de utvalda debattartiklarna var en kommunikation om klimatförändringar och covid-19-pandemin. Tidsramen för urvalet var 2020-03-27 till 2020-05-28. Debattartiklarna samlades in från debattforumen i fem olika dagstidningar, vilka var: *The New York Times*, *Al Jazeera*, *Financial Times*, Svenska Dagbladet och Dagens Nyheter, samtliga i elektronisk form. Urvalet resulterade i 17 stycken debattartiklar, varav tre från *The New York Times*, tre från *Al Jazeera*, sex från *Financial Times*, två från Svenska Dagbladet och tre från Dagens Nyheter. De valda debattforumen rymde artiklar som uppfyllde kriteriet under den valda tidsperioden, samt var på svenska och engelska. Efter 17 debattartiklar uppnåddes en teoretisk mättnad som ansågs vara lämplig för undersökningen.

4.2.2 Utförande

Första steget i urvalsprocessen gick ut på att granska dagstidningarnas debattforum under tidsperioden 2020-03-27 till 2020-05-28. Granskningen tog form genom att samla in alla artiklar som enligt dess titel ansågs vara potentiella studieobjekt för undersökningen. Därefter utfördes en första läsning varpå det beslutades utifrån kriteriet om artikeln kunde inkluderas i eller exkluderas från urvalet. Efter den ovan nämnda urvalsprocessen samt artiklarnas omfattning och undersökningens tidsram, ansågs en empirisk mättnad ha uppnåtts vid 17 artiklar.

För att analysera empirin användes Per Espen Stoknes modell om barriärer samt teori om strategier inom klimatkommunikation. Debattartiklarna analyserades och tolkades med hjälp av de olika barriärerna och strategierna för att se var och hur i kommunikationen de kom till uttryck. Varje barriär och strategi utgjorde varsin kategori som tilldelades varsin färg. Vid genomläsningen av debattartiklarna färgkodades de meningar som kunde kopplas till en barriärer eller en strategi. Resterande text i artiklarna ansågs inte bidra till syftet med undersökningen. I tabellen nedan presenteras schemat som låg till grund för färgkodningen.

Tabell 1. Kodningsschema

Barriärer	Strategier
Distance	Social
Doom	Supportive
Dissonance	Simple
Denial	Story-Based
iDentity	Signals

För att närmare kunna analysera och se mönster i hur kommunikationen i debattartiklarna kom till uttryck, lästes de igenom ytterligare gånger efter den första färgkodningen och analysen omarbetades därefter.

5. Resultat och analys

Nedan presenteras resultaten och analysen för undersökningen. Till att börja med presenteras en tabell som redogör för antalet debattartiklar som de olika kategorierna förekommer i.

Syftet med tabellen är att få en översikt över vilka av kategorierna som var mest förekommande i empirin. Därefter presenteras resultaten och analysen i löpande text under två huvudrubriker, barriärer respektive strategier. I den löpande texten kommer citat från de olika artiklarna att presenteras, både på engelska och på svenska, då vi vill ge läsaren möjligheten att ta del av rådatan.

Tabell 2. Antal debattartiklar som de olika kategorierna förekommer i.

Barriärer	Antal	Strategier	Antal
Distance	0	Social	0
Doom	10	Supportive	12
Dissonance	0	Simple	0
Denial	0	Story-Based	3
iDentity	0	Signals	0

5.1 Barriärer

Nedan presenteras resultatet för de artiklar där barriären doom kunde identifieras.

Doom

Crist (2020) argumenterar för hur covid-19-pandemin ur ett visst perspektiv har kommit att uppfattas som något positivt för klimatet men att detta inte nödvändigtvis stämmer. Hon menar att:

According to the oil-trading firm Trafigura, coronavirus may lead to global oil demand seeing its biggest contraction in history, perhaps by more than 10 million barrels per day. While this may be good news for carbon emissions now, it signals a human disaster of epic proportions without any guarantee that emissions will remain low. (Crist, 2020)

Vidare förklarar Crist (2020) att:

Yes, we could see a sustained emissions drop as economies stagnate and people struggle with the harsh daily realities of a global recession. But there were also dips in emissions during the 2008 financial crisis and the oil shocks of the 1970s, and emissions bounced back as economies recovered. The current crisis is different, to be sure, but after the acute phase passes, industrial production and carbon emissions are likely to ramp back up. (Crist, 2020)

Uttalandena ovan kan präglas av barriären *doom*, vilken enligt Stoknes (2015) målar upp klimatförändringarna som en katastrof med förluster och kostnader som följd. I Crist's (2020) text kommer det till uttryck då jämförelser dras mellan utsläppsminskningarna under covid-19-pandemin och tidigare utsläppsminskningar vid kriser, men att efter kriserna har utsläppen alltid ökat igen. Att lägga fram budskapet om utsläpp på det här sättet kan ses som ineffektivt, då fokus hamnar på de negativa följderna och hur de är troliga att upprepas även efter covid-19-pandemin. Kommunikationen kan därmed få en negativ inramning och lämnar läsaren utan några praktiska lösningar, vilket enligt Stoknes (2015) är typiska drag för *doom*. Även Huss (2020) diskuterar hur de föroreningar som människan släpper ut påverkar både hennes egna förutsättningar på jorden och klimatet i sig:

Det är alltså i genomsnitt nästan 25 000 som dör varje dag på grund av våra ekonomiska aktiviteter, alltså utsläpp från fabriker och transporter som bilar, lastbilar och flygplan. De giftiga utsläppen är sot, partiklar och kväveoxider som skapas vid förbränning av fossila bränslen. Utöver detta släpps det ut 41 miljarder ton av växthusgasen koldioxid, per år. Och vad den antropogent skapade koldioxiden gör med människans förutsättningar på jorden, klimatet och våra hav är vi alla brutalt medvetna om. (Huss, 2020)

Det både Huss (2020) och Crist (2020) uttrycker kan inge en känsla av hopplöshet då mottagaren som tidigare nämnt ofta lämnas utan praktiska lösningar på problemet. Enligt Stoknes (2015) kan sådan typ av kommunikation lätt nå ut på fel sätt och ge bakslag. Vidare skriver Lambertini (2020) om andra sätt som covid-19-pandemin har påverkat miljön. Han menar att vilda djur har börjat visa sig inne i urbana områden. En stor del av media har präglats av den här rapporteringen från ett positivt perspektiv men Lambertini (2020) menar dock att verkligheten ser annorlunda ut och att "all this is leading some to think that nature is thriving in a way not seen for generations - but the true picture of what COVID-19 is doing to our natural world is much more complex" (Lambertini, 2020). Vidare förklarar han att:

Discounting the fact that some of the stories you will have seen were probably fake news and that even the genuine improvements are likely to be short-lived, what they overlook are the

numerous negative effects of the pandemic on the environment and wildlife. If we take these into consideration, it is clear that nature is actually under even greater threat than before. (Lambertini, 2020)

Lambertini (2020) uttrycker att han inte vill sprida mer jämmer och elände i en svår tid. Dock tolkar vi att hans kommunikation motsägelsefullt präglas av *doom* då han belyser hur den positiva rapporteringen om klimatet under covid-19 pandemin endast är irrelevant och missvisande. Lambertinis (2020) argument har säkert en god grund och kan vara vetenskapligt korrekt men rent kommunikationsmässigt tolkar vi att detta ger bakslag och hjälper till att upprätthålla *doom*. Han belyser därmed att naturen istället står inför ett ännu större hot än vad den gjorde innan pandemin. Även Samuwai (2020) menar att de ekonomiska, sociala och ekologiska effekterna av covid-19-pandemin, tillsammans med klimatförändringarna, kommer att ha en påverkan på världen en lång tid framöver och Harford (2020) menar att pandemin har fått människor att inse hur sårbar den moderna livsstilen är. Liknande skriver Vogel (2020) präglad av *doom* om människans respektlöshet inför naturen:

We pay too little attention to the fact that our arrogant relationship with nature fuels, and even causes, many of humanity's greatest challenges. The threats we face are interrelated: climate change, the loss of biodiversity and the emergence of entirely new pathogens that threaten us time and again. Countries are flooded, forests burn, glaciers melt, oceans warm and insects die, all through our actions. (Vogel, 2020)

Genom en sådan kommunikation uttrycker Vogel (2020) att människors handlingar är orsaken till flera av de kriser som drabbar planeten, exempelvis både covid-19 och klimatförändringarna. Guterres (2020) diskuterar också kring hur mänskliga handlingar drastiskt minskar biodiversitet, stör ekosystemprocesser och interaktionen mellan människa och djur. Hur Vogel (2020) och Guterres (2020) uttrycker människans negativa påverkan samt förluster kan göra att människor hellre undviker att prata om ämnet istället för att engagera sig, vilket kan tolkas som en misslyckad kommunikation. Stoknes (2015) menar att människan till sin natur försöker undvika förluster och därmed blir budskapen om allt som går förlorat i klimatförändringarnas framfart inte särskilt effektfulla. I likhet med Vogel (2020) skriver Kolinjivadi (2020) om hur en uppvärmning på 3-4°C över förindustriella nivåer kan få förödande konsekvenser. Exempel på konsekvenser menar Kolinjivadi (2020) kan vara en försämrad matproduktion till följd av sämre jordfertilitet, intensiv torka och förlust av pollinatörer. Att rama in klimatförändringar på sådana sätt är ytterligare exempel på

kommunikation som kan ge motsatt effekt och resultera i att människor inte registrerar budskapet.

Wijkman och Pamlin (2020) debatterar om hur viktigt det är att blicka framåt vid omställningen av ekonomin. Covid-19-pandemin har visat hur sammankopplad och skör vår värld är och det nu krävs nya lösningar som fungerar i en framtida rättvis värld med 10 miljarder människor. Vissa inslag av barriären doom förekommer i kommunikationen och ett exempel på det är när debattörerna ställer ett ultimatum kring vad som händer om världen inte lyckas ställa om. De menar att “om vi inte lyckas med det kommer kriserna att avlösa varandra, drivna av klimatkatastrofer, ekologiska kollapser och dödliga pandemier” (Wijkman & Pamlin, 2020). I likhet med Wijkman och Pamlin (2020) skriver Figueres och Zycher (2020) om konsekvenserna av att inte agera i tid. De menar att mänskligheten har på sig fram till år 2030 att halvera de globala växthusgasutsläppen och om vi inte lyckas går planeten mot en dystert framtid. I enlighet med barriären doom skapar den här typen av kommunikation känslor av hopplöshet och uppgivenhet då rapporteringen ofta ramar in klimatfrågan på ett sätt som ger känslan av att slutet är nära och att det inte går att göra någonting åt det.

5.2 Strategier

Nedan presenteras resultatet för de artiklar där strategierna supportive och story-based kunde identifieras.

Supportive

Guterres (2020) skriver om möjligheterna som återhämtningen av covid-19-pandemin kan föra med sig. Han belyser:

A recovery from the coronavirus crisis must not take us just back to where we were last summer. It is an opportunity to build more sustainable and inclusive economies and societies - a more resilient and prosperous world. Boosting investments in renewable energy alone would add 42 million jobs globally, create health care savings eight times the cost of the investment, and prevent a future crisis. (Guterres, 2020)

I det här uttalandet förklarar Guterres (2020) hur en grön omställning skulle kunna bidra till ett mer resilient samhälle med nya jobb möjligheter och ökad hälsa, som i sin tur kommer att kunna hantera framtida kriser på ett bättre sätt. Alla de faktorerna är i enlighet med Stoknes

(2015) strategi *supportive* positiva sätt att rama in klimatfrågan på. Strategin går specifikt ut på att lyfta fram möjligheterna med en grön omställning och att försöka se vad samhällen kan vinna på omställningen istället för vad de förlorar. I likhet med Guterres (2020) skriver Kolinjivadi (2020) om hur en omställning för klimatet är nödvändig. Kolinjivadi (2020) menar även att omställningen behöver ske på ett visst sätt:

While some have called for climate change to be just as drastic as the one undertaken in response to the COVID-19 pandemic, it should not be. We need a just climate transition which ensures the protection of the poor and most vulnerable and which is integrated into our pandemic response. This would not only reverse the climate disaster we are already living in but also minimise the risk of new pandemics like the current one breaking out. (Kolinjivadi, 2020)

Kolinjivadi (2020) belyser i sin text hur omställningen behöver ske på ett rättvist sätt för att främja de fattiga och mest utsatta människorna. Genom en rättvis omställning kan klimatförändringarna bromsas samt minimera riskerna för ytterligare pandemier i framtiden. Att förespråka en grön omställning som minskar risker samt ökar beredskap och resiliens, är även exempel på *supportive*. Inom strategin används så kallad *opportunity framing* vilket Kolinjivadi (2020) använder genom att fokusera på just möjligheterna. Han belyser hur människors liv och trygghet kan gynnas, vilket kan ses som en typ av positiv inramning. I likhet med det skriver också Huss (2020) om hur människan behöver hitta nya vägar för att agera inom de planetära gränserna och möjliggöra ett friskt liv för både människor och natur. Han menar att människan är så beroende av vad naturen ger henne att hon inte har råd att fortsätta "som vanligt" efter covid-19-pandemin. Samuwai (2020) debatterar även kring att det behövs mer investeringar för att stärka våra sociala skyddssystem så att samhällen i framtiden kan svara bättre på händelser som pandemier. Samuwai (2020) ramar på det sättet in budskapet om beredskap och resiliens i linje med *supportive*. Strategin kan även identifieras i Wijkmans och Pamllins (2020) artikel som handlar om hur en grön omställning kan ske:

Att kraftigt reducera dagens negativa påverkan – "pollute less" – är bara en del av svaret. Lika viktigt måste vara att utveckla transformativa lösningar som är globalt hållbara och stödjer en mer produktiv ekonomi. Tydliga exempel på detta finns redan kring digitala lösningar för mobilitet, resfria möten, distansarbete eller telemedicin, men också lösningar med fokus på upplevelser i stället för materiell konsumtion. (Wijkman & Pamllin, 2020)

Debattörerna lyfter konkreta exempel på lösningar som kan gynna klimatet, vilket enligt Stoknes (2015) är av stor vikt för att klimatbudskap ska kännas hoppfulla och bidra till handlingskraft. Wijkman och Pamlin (2020) fortsätter på samma spår och menar att “potentialen är stor för nya sätt att arbeta, att utbilda/lära, att resa, att leverera hälsa. Till det kommer servicesektorn, konst och kultur. Linjära materialflöden måste ersättas av cirkulära sådana och produktköp kan ersättas av service och leasing” (Wijkman & Pamlin, 2020). Kommunikationen pekar därmed på att covid-19-pandemin öppnar upp för många nya möjligheter.

Axelsson, Hall, Henriksson, Larsson och Lindqvist (2020) föreslår ett flertal olika investeringar som kan bidra till minskade utsläpp och en återstart av ekonomin. Dessa inkluderar bland annat investeringar i ett starkare och mer robust elnät, koldioxidinfångning och lagring av koldioxid, samt utbyggnad av järnvägen. Axelsson et al. (2020) menar att “rätt utförda kan nya stimulansåtgärder för att dämpa nedstängningens effekter på samhällsekonomin också vara en hävstång för att tidigarelägga transformativa investeringar för ett fossilfritt Sverige. Då kan vi bekämpa två kriser samtidigt och lägga grunden för en mer hållbar framtid” (Axelsson et al., 2020). De ovan nämnda argumenten kan liknas med *opportunity framing*, vilket bland annat syftar till hur samhällen med lägre utsläpp är mer effektiva och konkurrenskraftiga. Bonde et al. (2020) skriver att “framför allt minskar fossil-baserad energi kraftigt medan förnybar energi fortsätter att öka. Detta visar på kraften i den energiomställning som vi är mitt inne i och att förutsättningarna nu är bättre för en stark ekonomi utan ökande utsläpp” (Bonde et al., 2020). Bonde et al. (2020) bygger därmed vidare på *opportunity framing* genom att understryka hur förnybar energi fortsätter att öka medan den fossila energin dalar, vilket kan tolkas som incitament till att vilja investera i det förnybara. Likaså skriver Wu (2020) om ökningen av förnybart och minskningen av fossilt där hon menar att “the cost of producing electricity from renewable power as well as storing it is becoming increasingly competitive, which will soften the reality of greenhouse gas emission rises linked to the economic recovery” (Wu, 2020).

The editorial board (2020) intygar vidare att möjligheterna för en omställning nu är större än någonsin eftersom priserna på förnybar energi har gått ner kraftigt. De menar att den förnybara sektorn förser världen med mycket jobb och att 11 miljoner människor anställdes världen över år 2018. Nauman (2020) inger även hopp för framtiden genom att belysa hur hundratals internationella företag valt att ställa ännu högre klimatkrav under pandemin. Ett

annat argument för en grön omställning är enligt Vogel (2020) att gynna en varierande miljö som kan öka vårt välbefinnande, fungera beskyddande och hålla oss friska. En varierande miljö behöver därmed bevaras och förvaltas som en global gemensam resurs, genom ett globalt ledarskap. Figueres och Zycher (2020) understryker även hur den största lärdomen från pandemin är att risker med hög sannolikhet och påverkan måste hanteras i tid, annars blir konsekvenserna mycket kostsamma. De menar att förebygga är bättre än att bota och kommunikationen ger därmed uttryck för den riskreducering som Stoknes (2015) förklarar i samband med *supportive*.

Story-based

Renkl (2020) berättar om hur en ny sorts tystnad har lagt sig över världen i och med framfarten av covid-19-pandemin och hur olika typer av djur ostört tar sig fram på städernas gator. Renkl (2020) tillför således ett nytt narrativ kring berättelsen om klimatet. Hon ger ett exempel på den nya tillvaron från sin egen vardag:

One Sunday afternoon at the very beginning of the lockdown I was working in the yard when I heard the wicka calls of two Northern flickers competing for a mate's attention. Wicka, wicka, wicka, kikikikikikiki, the bird in my yard would call. Wicka, wicka, wicka, kikikikikikiki, a bird across the street would call back. I peered up into the trees, hoping I could see at least one of them before they took their competition to more hospitable territory. (Renkl, 2020)

I det här stycket använder Renkl (2020) sig av strategin *Story-based*. Paralleller kan dras till Stoknes (2015) *re-wilding story* som syftar till naturens förmåga att återhämta sig om människor bara låter den. *Re-wilding* handlar inte om att människan kommer att kunna göra den skada hon har orsakat planeten ogjord, utan snarare om att naturen kan komma tillbaka bara den får ta plats. För en mer hållbar framtid bör människan, enligt *re-wilding*, i större utsträckning inkludera naturen i sina samhällen. Lambertini (2020) tar i likhet med *re-wilding* upp hur koldioxidutsläpp och nivåer av luftföroreningar har sjunkit till följd av minskat resande och trafik under covid-19-pandemin. Genom sin text målar han upp bilder av hur bergskedjor och stjärnhimlar som en gång täcktes av tjock smog nu träder fram och kan skådas från större städer. Genom en målade och historieskapande kommunikation ger även Lambertini (2020) uttryck för *story-based* vilket kan ses som ett effektivt alternativ för klimatkommunikation. Vidare beskriver Renkl (2020) hur covid-19 inte är lösningen på

klimatkrisen, men att de naturnära upplevelserna under pandemin inger hopp inför att naturen kan återhämta sig från den skada människan har orsakat den:

The coronavirus will not reverse the ravages of climate change, and it will not interrupt our progression toward an even more desperate future. But it is allowing us to see with our own eyes how ready the natural world stands to reclaim the planet we have trashed, how eagerly and how swiftly it will rebound if we give it a chance. We are seeing how clear the waters of Venice can become in the absence of motorboats, how clear the air of New Delhi can become in the absence of cars. The pandemic is teaching us that all is not yet lost. (Renkl, 2020)

Renkl (2020) uppmanar även läsaren att när isoleringen är över, är den viktigaste lärdomen att minnas. Att minnas det vilda i sin allra renaste form och att värdesätta detta högt nog för att försöka bevara det. Att berätta historier med ett tydligt budskap om en bättre framtid är enligt Stoknes (2015) ett sätt att bedriva en mer effektiv klimatkommunikation. Det går också tolka att Kahlin McVeigh (2020) använder sig av strategin *story-based*. Hon har dock en annan utgångspunkt som grundar sig i det Stoknes (2015) kallar *The Green Growth*

Narrative:

Frikoppling, det vill säga att utsläppen sjunker samtidigt som vi har tillväxt, har faktiskt skett i Sverige, och många andra länder därtill. Vi har tekniska möjligheter att fortsätta på den vägen. Att sänka produktionen med några procent kan sänka utsläppen, men då också med effekten att många blir ekonomiskt lidande. Den enda realistiska vägen till ett nettonoll-samhälle är därför att vi ställer om till en klimatsmart produktion, genom mer innovation, och styra samhället i rätt riktning så att utsläppen kan sänkas helt till nettonoll. Vi behöver alltså ett nettonoll-samhälle, inte ett kraschat samhälle. (Kahlin McVeigh, 2020)

Kahlin McVeigh (2020) menar precis som Stoknes (2015) att en grön tillväxt är möjlig där det ekologiska fotavtrycket minskar och att det är vägen framåt för ett hållbart samhälle.

6. Diskussion och slutsats

Syftet med studien var att undersöka hur klimatkommunikationen tar sig uttryck under covid-19-pandemin via debattartiklar. Vidare ämnade studien att bidra till en ökad förståelse för hur klimatförändringar kan kommuniceras för att skapa klimatengagemang.

För att besvara vår frågeställning kom vi i analysen fram till att klimatkommunikationen främst uttrycktes genom barriären *doom* och strategierna *supportive* och *story-based*. Som tabellen i resultatet visar identifierade vi att *doom* uttrycktes i 10 stycken debattartiklar, *supportive* i 12 stycken och *story-based* i tre stycken. Strategierna utgjorde majoriteten av kommunikationen och innefattade inslag av positiva inramningar, praktiska lösningar och människans nära relation till naturen. *Supportive* uttrycktes mest i debattartiklar som handlade om hur pandemin har öppnat upp för en grön omställning. Debattörerna menade att en sådan omställning skulle kunna bidra till ett mer resilient samhälle med nya jobb­möjligheter och ökad hälsa, som i sin tur kommer att kunna hantera framtida kriser på ett bättre sätt. *Story-based* kom främst till uttryck i de debattartiklar som handlade om hur covid-19-pandemin har gjort att vilda djur ostört tagit sig fram på städernas gator, samt att naturen har kunnat återhämta sig i avsaknaden av mänsklig aktivitet. Dock präglades många debattartiklar av *doom*, vilka främst handlade om att mänskliga aktiviteter är det som orsakar kriserna som drabbar planeten, samt att kommunikationen saknade praktiska lösningar på problemen.

De övriga barriärerna och strategierna kunde inte identifieras vid analysen av empirin. Det kan bero på att vissa av barriärerna och strategierna inte lika lätt kom till uttryck i den typen av empiri vi har undersökt. Till exempel syftar strategin *Simple* till kommunikation som ska göra det enklare för människor att i sin vardag göra miljövänliga val, vilket inte uttrycks främst genom debattartiklar utan implementeras på olika sätt i våra samhällen. Likaså syftar barriären *denial* till människor som förnekar klimatförändringar och undviker att uppmärksamma oroande fakta, vilket heller inte uttrycktes i de debattartiklar vi analyserade då alla debattörer förespråkade klimatengagemang. I den här typen av undersökning med debattartiklar som studieobjekt blev därför inte hela Stoknes modell och teori applicerbar. Vidare påverkades även resultatet av metodvalet. Då den latent­inhållsanalysen syftade till att studera empirins djupare innebörd blev urvalet för undersökningen begränsat och generaliserbarheten låg. Det här var något vi hade i åtanke från start och med mer tid hade vi

kunnat studera ett större urval, eller inkludera fler medier vilket hade ökat trovärdigheten för undersökningen. Ytterligare en faktor som påverkade resultatet var att analysen utgjordes av våra egna tolkningar av klimatkommunikationen, vilket gör att överensstämmelsen för undersökningen är låg.

Då vår studie syftade till att undersöka hur klimatkommunikationen uttrycktes under en tvåmånadersperiod kan vi inte dra några vidare slutsatser kring kommunikationens utveckling på lång sikt. Vi kan heller inte dra några slutsatser kring hur klimatkommunikationen har förändrats efter att covid-19-pandemin spreds över världen. Det vår studie bidrar med är en ökad förståelse för hur klimatförändringar kan kommuniceras för att skapa klimatengagemang och vi anser därmed att den kan fungera som en språngbräda för fortsatt forskning. Vi menar att framtida studier med fördel kan fortsätta att fokusera på klimatkommunikationen som uppstår i jämförelsen mellan covid-19-pandemin och klimatförändringarna för att dra lärdomar. Vidare forskning kan även fokusera på jämförelsen mellan klimatkommunikationen före och efter pandemin.

7. Referenser

Amelung, D., Fischer, H., Kruse, L., & Sauerborn, R. (2016). Defogging Climate Change Communication: How Cognitive Research Can Promote Effective Climate Communication. *Frontiers in Psychology*, 7. doi:10.3389/fpsyg.2016.01340

Axelsson, S., Hall, M., Henriksson, H., Larsson, J., & Lindqvist, M. (2020, 23 april). 500 miljarder kan ge snabb fossilfri omstart av ekonomin. *Dagens Nyheter*. Hämtad från <https://www.dn.se/debatt/500-miljarder-kan-ge-snabb-fossilfri-omstart-av-ekonomin/>

Bonde, I., Kuylenstierna, J., Bäckstrand, K., Eckerberg, K., Löfgren, Å., Kåberger, T., ... Sörlin, S. (2020, 13 maj). Regeringens krispolitik måste rymmas i klimatramverket. *Dagens Nyheter*. Hämtad från <https://www.dn.se/debatt/regeringens-krispolitik-maste-rymmas-i-klimatramverket/>

Bryman, A. (2011). *Samhällsvetenskapliga metoder*. (B. Nilsson, Övers. 2. Uppl.). Stockholm: Liber AB.

Cheval, S., Adamescu, C., Georgiadis, T., Herrnegger, M., Piticar, A., & Legates, D. (2020). Observed and Potential Impacts of the COVID-19 Pandemic on the Environment. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17, 1-25. doi:10.3390/ijerph17114140

Climate Chat. (2015). The Five D's of Climate Change Communication [fotografi]. Hämtad från <http://www.theclimatechat.org/news/2015/4/15/the-five-ds-of-climate-change-communication>

Crist, M. (2020, 27 mars). What the Coronavirus Means for Climate Change. *New York Times*. Hämtad från <https://www.nytimes.com/2020/03/27/opinion/sunday/coronavirus-climate-change.html>

Dryzek, J., & Lo, A. (2015). Reason and rhetoric in climate communication. *Environmental Politics*, 24(1), 1-16. <https://doi.org/10.1080/09644016.2014.961273>

Eriksson Barajas, K., Forsberg, C., Wengström, Y. (2013). *Systematiska litteraturstudier i utbildningsvetenskap: Vägledning vid examensarbeten och vetenskapliga artiklar*. Stockholm: Natur & Kultur.

Figueres, C., & Zycher, B. (2020, 7 maj). Can we tackle both Climate change and covid-19 recovery? *Financial Times*. Hämtad från <https://www.ft.com/content/9e832c8a-8961-11ea-a109-483c62d17528>

Folkhälsomyndigheten. (2020). Sjukdomsinformation om coronavirus inklusive sars, mers och covid-19. Hämtad 2020-04-15 från <https://www.folkhalsomyndigheten.se/smittskydd-beredskap/smittsamma-sjukdomar/coronavirus/>

Guterres, A. (2020, 28 april). A Time to Save the Sick and Rescue the Planet. *New York Times*. Hämtad från <https://www.nytimes.com/2020/04/28/opinion/coronavirus-climate-antonio-guterres.html?searchResultPosition=10>

Harford, T. (2020, 1 maj). Saving the planet demands sacrifices just as Covid-19 does. *Financial Times*. Hämtad från <https://www.ft.com/content/0b171892-8afd-11ea-9dcb-fe6871f4145a>

Hulme, M., Lidskog, R., White, J., & Standing, A. (2020). Social scientific knowledge in times of crisis: What climate change can learn from coronavirus (and vice versa). *Wires Climate Change*, 11 (4), 1-5. <https://doi.org/10.1002/wcc.656>

Huss, E. (2020, 3 april). Vill vi tillbaka till det gamla vanliga igen? *Svenska Dagbladet*. Hämtad från <https://www.svd.se/vill-vi-tillbaka-till-det-gamla-vanliga-igen>

IPCC. (2018a). *Summary for Policymakers: Global warming of 1.5°C. An IPCC Special Report on the impacts of global warming of 1.5°C above pre-industrial levels and related global greenhouse gas emission pathways, in the context of strengthening the global response to the threat of climate change, sustainable development, and efforts to eradicate poverty*. Hämtad från https://report.ipcc.ch/sr15/pdf/sr15_spm_final.pdf

IPCC. (2018b). *Impacts of 1.5°C of Global Warming on Natural and Human Systems*. Hämtad från https://www.ipcc.ch/site/assets/uploads/sites/2/2019/06/SR15_Chapter3_Low_Res.pdf

Kahlin McVeigh, M. (2020, 5 april). Att krascha samhället räddar inte klimatet. *Svenska Dagbladet*. Hämtad från <https://www.svd.se/att-krascha-samhallet-raddar-inte-klimatet>

Kolinjivadi, V. (2020, 30 mars). The coronavirus outbreak is part of the climate change crisis. *Al Jazeera*. Hämtad från <https://www.aljazeera.com/indepth/opinion/coronavirus-outbreak-part-climate-change-emergency-200325135058077.html>

Lambertini, M. (2020, 14 maj). The coronavirus is not good for nature. *Al Jazeera*. Hämtad från <https://www.aljazeera.com/indepth/opinion/coronavirus-good-nature-200508120555480.html>

Naturvårdsverket. (2020). Fossila bränslen. Hämtad 2020-05-07 från <https://www.naturvardsverket.se/Miljoarbete-i-samhallet/Miljoarbete-i-Sverige/Uppdelat-efter-omrade/Energi/Fossila-branslen/>

Nauman, B. (2020, 15 maj). Coronavirus is strengthening the hand of ESG investors. *Financial Times*. Hämtad från <https://www.ft.com/content/19047cda-0648-48a9-a512-87653149026c>

NOAA Research News. (2020). Rise of carbon dioxide unabated. Hämtad 2020-06-29 från <https://research.noaa.gov/News/ArtMID/451/ArticleID/2636/Rise-of-carbon-dioxide-unabated>

Renkl, M. (2020, 27 april). Now We Know How Quickly Our Trashed Planet Can Heal. *New York Times*. Hämtad från <https://www.nytimes.com/2020/04/27/opinion/coronavirus-shutdown-environment.html>

Rockström, J. (2020, 29 mars). Corona- och klimatkrisen har samma grundorsak. *Svenska Dagbladet*. Hämtad från <https://www.svd.se/coronakrisen-och-klimatkrisen-har-samma-grundorsak/av/johan-rockstrom>

Rockström, J. (2019, *Dagens Nyheter*. Hämtad från <https://www.dn.se/nyheter/sverige/svenske-experten-fonstret-borjar-stanga-for-oss/>

Ros, A.V., LaRocque, R., Fortinsky, R., & Nicholas, P. (2020). Addressing Climate Change Communication: Effective Engagement of Populations for Climate Action in the US and Globally. *Annals of Global Health*, 86(1), 54. <http://doi.org/10.5334/aogh.2900>

Ross, A., Crowe, S., & Tyndall, M. (2015). Planning for the Next Global Pandemic. *International Journal of Infectious Diseases*, 38, 89-94. doi:10.1016/j.ijid.2015.07.016

Samuwai, J. (2020, 17 maj). A moment of reckoning - when coronavirus meets climate change. *Al Jazeera*. Hämtad från <https://www.aljazeera.com/indepth/opinion/moment-reckoning-coronavirus-meets-climate-change-200423105300035.html>

Schmid-Petri, H., Adam, S., Schmucki, I., & Häussler, T. (2017). A changing climate of skepticism: The factors shaping climate change coverage in the US press. *Public Understanding of Science*, 26(4), 498-513. doi:10.1177/0963662515612276

Stoknes, P. (2015). *What we think about when we try not to think about global warming*. White River Junction: Chelsea Green Publishing.

The editorial board. (2020, 15 maj). The virus fight opens up a climate opportunity. *Financial Times*. Hämtad från <https://www.ft.com/content/eb683e52-95d0-11ea-abcd-371e24b679ed>

Vogel, J. (2020, 9 april). Coronavirus has exposed our arrogant relationship with nature. *Financial Times*. Hämtad från <https://www.ft.com/content/902310ea-7996-11ea-bd25-7fd923850377>

Wijkman, A., & Pamlin, D. (2020, 4 maj). De kloka krissatsningarna syns inte i backspegeln. *Dagens Nyheter*. Hämtad från <https://www.dn.se/debatt/de-kloka-krissatsningarna-syns-inte-i-backspegeln/>

Wu, J. (2020, 25 maj). Pandemic will transform tenets of sustainable investing. *Financial Times*. Hämtad från <https://www.ft.com/content/56c56791-ca0b-484c-b592-914607bd89f9>