

Våra barns klimat

Barn och unga om klimatet: Delrapport januari 2021

Kontakt Våra barns klimat: Frida Berry Eklund

Kontakt på Novus: Cecilia Dahlheim

Datum: 2021-01-26



Bakgrund & genomförande

BAKGRUND

Undersökningen har genomförts av Novus på uppdrag av Våra barns klimat. Syftet med undersökningen är att kartlägga barn och ungas syn på och känsla för framtidens klimat och miljö samt var de inhämtar och söker information om ämnet. Undersökningen syftar även till att ta reda på vad barn och unga i Sverige kan tänkas göra för att försöka påverka klimatfrågan i en positiv riktning.

MÅLGRUPP

Barn och unga bland svenska allmänheten.



Ålder:
12-18 år

GENOMFÖRANDE

Antal intervjuer:

502

Fältperiod 8 – 28 september 2020

En Novusundersökning är en garant för att undersökningen är relevant och rättvisande för hela gruppen som skall undersökas.

Undersökningen är genomförd via webb-intervjuer i Novus slumpmässigt rekryterade Sverigepanel som ger representativa resultat. Undersökningen har skickats till föräldrar som har givit sitt godkännande och frågat sina barn om de vill delta.

RESULTAT

Resultaten för barn och unga levereras i en diagramrapport. Markerade signifikanta skillnader i rapporten är jämfört mot totalen (kön, ålder, region, känner/känner inte oro för framtiden klimat och miljö, anser att det är mycket viktigt att skolan undervisar om klimat och miljö, känner sig hoppfull/inte hoppfull inför framtidens utmaning att lösa klimatproblemen på ett bra sätt). Resultatet är efterstratifierat.

FELMARGINAL

Vid 300 intervjuer:

Vid utfall 20/80: +/- 4,5%

Vid utfall 50/50: +/- 5,7%



Vid 500 intervjuer:

Vid utfall 20/80: +/- 3,5%

Vid utfall 50/50: +/- 4,4%

Sammanfattning, slutsatser och reflektioner



Indikation skillnader jämfört med i december 2018

FRÅGA: Hur mycket eller lite tycker du att ni diskuterar frågor kring klimat och miljö i skolan?

Väldigt/ganska mycket

September 2020

55%

December 2018

58%

Röda pilar indikerar en statistiskt säkerställd minskning sedan mätningen i december 2018 och **gröna** en ökning. I mätningen 2018 ställdes samma frågor till totalt 338 personer i målgruppen 12-18 år och i den aktuella undersökningen gjordes 502 intervjuer.

Slutsatser och reflektioner

- **Skolan spelar en viktig roll för att sprida kunskap och erbjuda dialog i frågor om klimat och miljö.** Det finns behov av mer utrymme i skolan för dessa frågor eftersom drygt 4 av 10 unga tycker det diskuteras lite som det ser ut idag. Skolan är den främsta informationskällan och relativt många som känner sig oroliga pratar med sina lärare om detta. Resultaten visar också tecken på att skolans utbildningsinsatser kan bidra till att minska oron och känslan av hopplöshet när det gäller klimat och miljö i framtiden. De unga som känner oro och bristande hopp tycker det är ännu viktigare att skolan undervisar i dessa frågor.

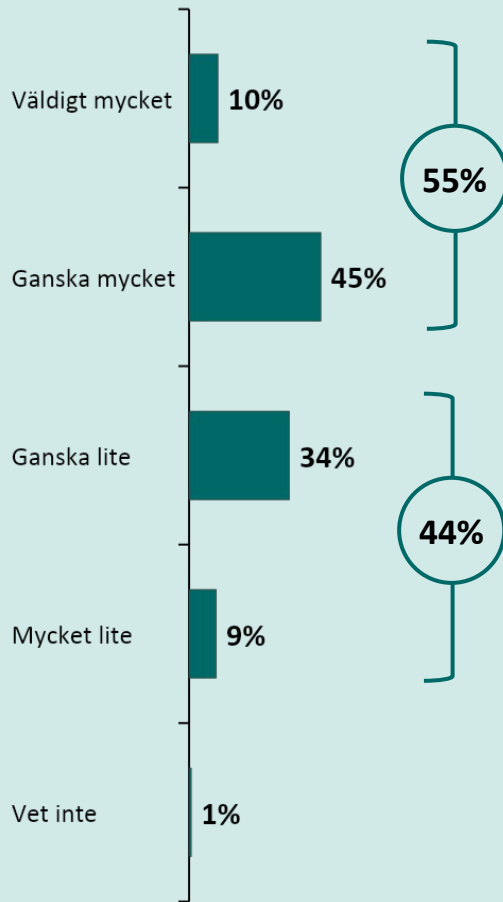


Resultat



Drygt fyra av tio tycker att frågor kring klimat och miljö diskuteras lite i skolan

FRÅGA: Hur mycket eller lite tycker du att ni diskuterar frågor kring klimat och miljö i skolan?



BAS: Totalt (n=502)

Signifikanta skillnader

Följande undergrupper svarar i högre grad följande:

Mycket (andel mycket + ganska mycket) (55%)

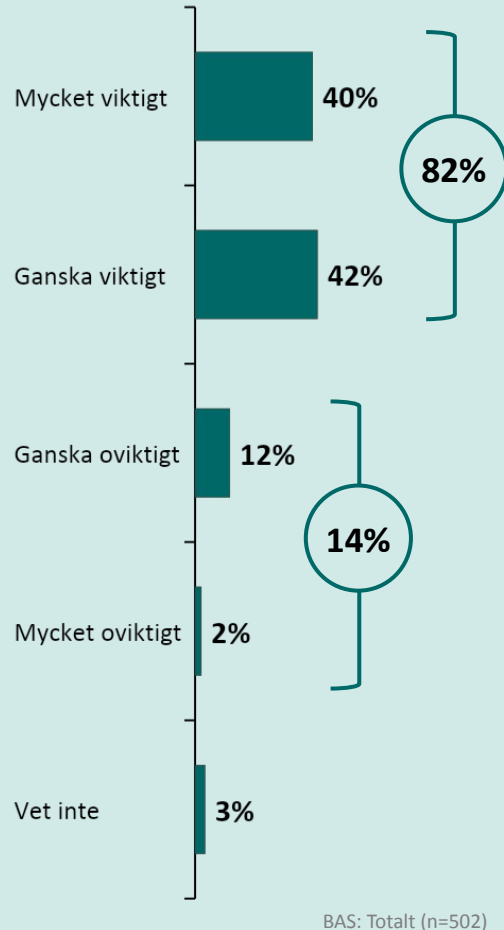
- 16-18 år (61%)
- Boende i storstäder och storstadsnära kommuner (61%)

Lite (andel mycket + ganska lite) (44%)

- 12-15 år (48%)
- Boende i mindre städer/tätorter och landsbygdskommuner (51%)

Drygt åtta av tio anser att det är viktigt att skolan undervisar om klimat och miljö

FRÅGA: Hur viktigt eller oviktigt tycker du det är att skolan undervisar om klimat och miljö?



Signifikanta skillnader

Följande undergrupper svarar i högre grad följande:

Netto: Viktigt (82%)

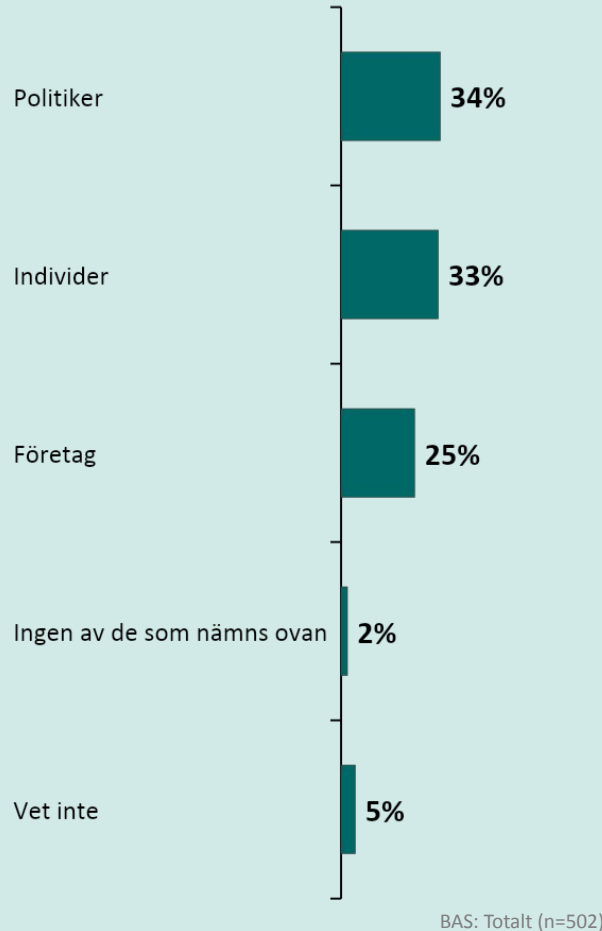
- Tjej (87%)
- Känner sig inte hoppfull inför framtiden när det gäller att lösa jordens klimatproblem på ett bra sätt (88%)
- Känner oro inför vårt framtida klimat och miljö (94%)

Netto: Oviktigt (14%)

- Känner ej oro för framtidens miljö och klimat (27%)
- Kille (18%)

Barn och unga anser att politiker och individer bär det största ansvaret för att minska klimatförändringarna och miljöproblemen i Sverige

FRÅGA: Vem av följande tycker du har det största ansvaret för att minska klimatförändringarna och miljöproblemen i Sverige?



Signifikanta skillnader

Följande undergrupper svarar i högre grad följande:

Politiker (34%)

- Känner oro för framtidens miljö och klimat (39%)
- • Känner sig inte hoppfull inför framtiden när det gäller att lösa jordens klimatproblem på ett bra sätt (44%)

Individer (33%)

- • Känner sig hoppfull inför framtiden när det gäller att lösa jordens klimatproblem på ett bra sätt (40%)

FOR THE WORLD

Hälften svarar att de främst fått information om klimat och miljö från skolan

FRÅGA: Varifrån har du främst fått eller sökt information när det gäller klimat och miljö? *Ange max två alternativ.*

Signifikanta skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad följande:

Skolan (51%)

- Känner ej oro inför framtidens klimat och miljö (65%)
- 12-15 år (56%)

Nyhetsmedier (27%)

- Större städer och kommuner nära större stad (33%)
- Känner oro för framtidens klimat och miljö (33%)

Sociala medier (25%)

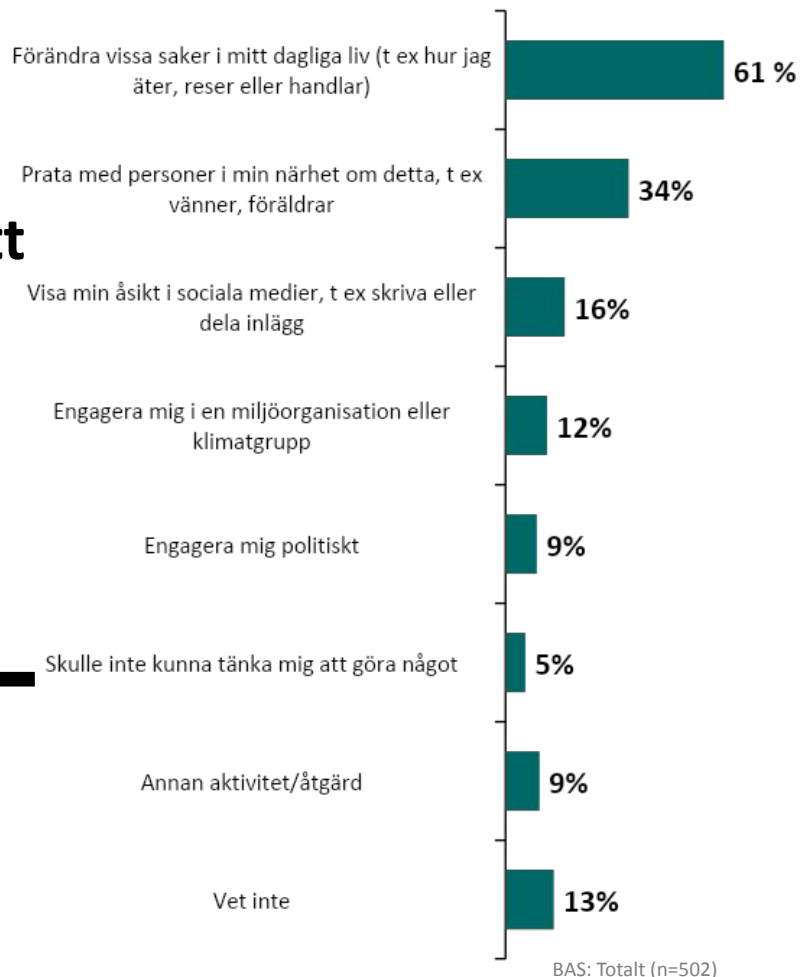
- Tjej (30%)
- Mindre städer/tätorter och landsbygdskommuner (34%)



BAS: Totalt (n=502)

Barn och unga skulle främst kunna tänka sig att förändra vissa saker i sitt dagliga liv för att försöka påverka positivt i klimatfrågan

FRÅGA: Vad, om något, skulle du kunna tänka dig att göra för att försöka påverka positivt i klimatfrågan? *Flera svar möjliga.*



Signifikanta skillnader

Följande undergrupper svarar i högre grad följande:

Förändra vissa saker i mitt dagliga liv (t ex hur jag äter, reser eller handlar) (61%)

- Känner oro för framtidens klimat och miljö (69%)
- Anser att det är mycket viktigt att skolan undervisar om klimat och miljö (68%)
- Tjej (71%)

Prata med personer i min närhet om detta, t ex vänner, föräldrar (34%)

- 16-18 år (41%)
- Känner oro för framtidens klimat och miljö (41%)
- Anser att det är mycket viktigt att skolan undervisar om klimat och miljö (37%)

Visa min åsikt i sociala medier, t ex skriva eller dela inlägg (16%)

- Boende i Västsverige (23%)
- Tjej (21%)

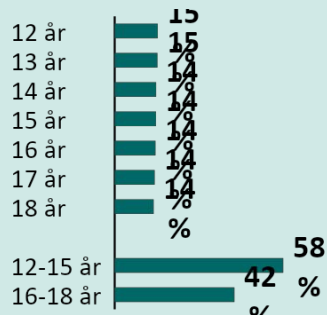
Bakgrundsfrågor

Bakgrund – Barn och unga

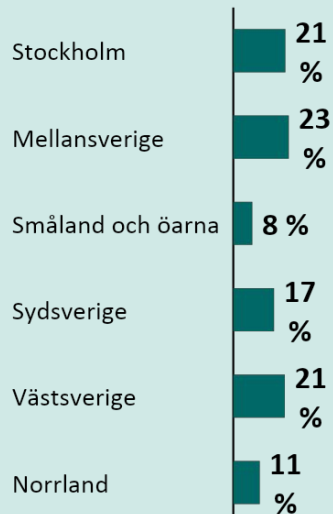
KÖN



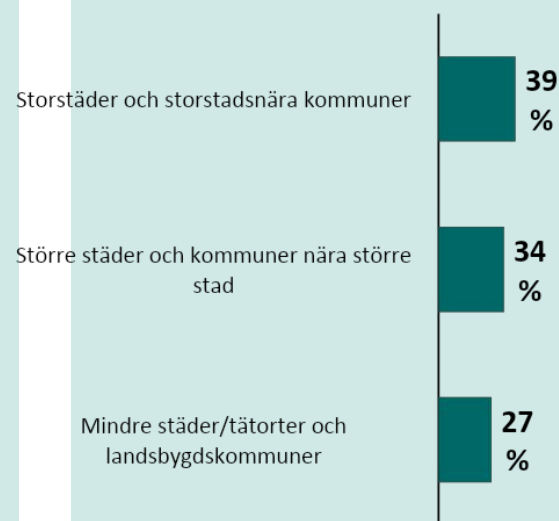
ÅLDER



REGION



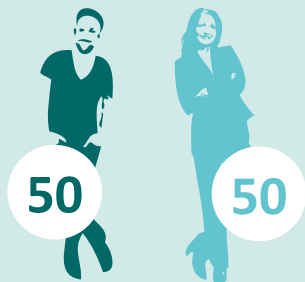
ORT



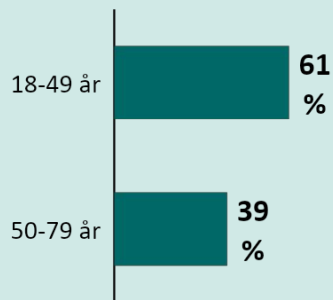
BAS: Totalt (n=502)

Bakgrund – Föräldrar

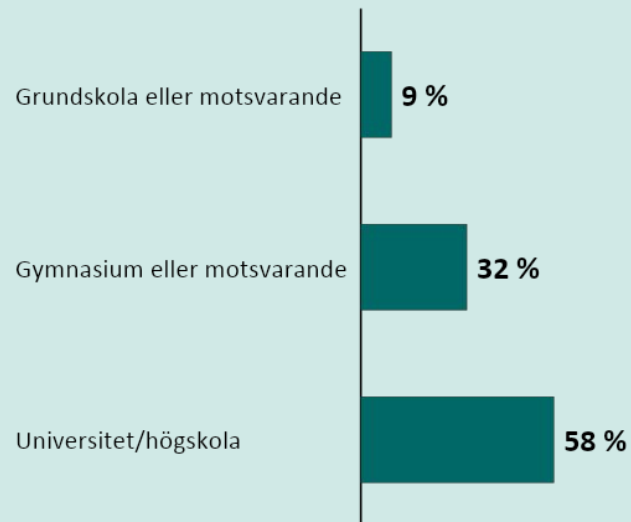
KÖN



ÅLDER



UTBILDNING



BAS: Totalt (n=502)

Om Novus och kontakt

Om Novus Sverigepanel

Novus Sverigepanel består av ungefär 40 000 paneldeltagare. Panelen är slumpmässigt rekryterad (man kan inte anmäla sig själv för att tjäna pengar eller för att man vill påverka opinionen) och är riksrepresentativ avseende ålder, kön och region i åldersspannet 18–79 år. Eventuella skevheter i panelstruktur avhjälpas genom att ett riksrepresentativt urval dras från panelen samt av att resultatet vikts.

Vi vårdar vår panel väl genom s.k. panelmanagement. Det innebär bl.a. att vi ser till att man inte kan delta i för många undersökningar under en kort period, inte heller i flera liknande undersökningar. Vi har också ett system för belöningar till panelen.



Undersökningsgenomförande

Ett urval ur panelen dras. Dessa får en inbjudan till undersökningen via e-post. Inbjudan innehåller information om hur lång tid undersökningen tar att besvara, sista svarsdatum samt en länk som man klickar på för att komma till frågeformuläret. Man kan besvara alla frågor på en gång alternativt göra paus och gå tillbaka till frågeformuläret vid ett senare tillfälle.

När datainsamlingen är klar påbörjas databearbetningen. Därefter produceras tabeller och en rapport sammanställs.

Fråga gärna efter mer information kring vårt panelmanagement!

Novus kommungruppsindelning

I rapporten redovisas signifikanta skillnader för tre huvudgrupper av kommuner; storstäder och storstadsnära kommuner, större städer och kommuner nära större stad samt mindre städer/tätorter och landsbygdskommuner. Novus använder SKR:s kommungruppsindelning från 2017.

A. STORSTÄDER OCH STORSTADSNÄRA KOMMUNER

- A1. Storstäder - kommuner med minst 200 000 invånare i den största tätorten.
- A2. Pendlingskommun nära storstad – kommuner med minst 40% utpendling till arbete i en storstad eller storstadsnära kommun.




B. STÖRRE STÄDER OCH KOMMUNER NÄRA STÖRRE STAD

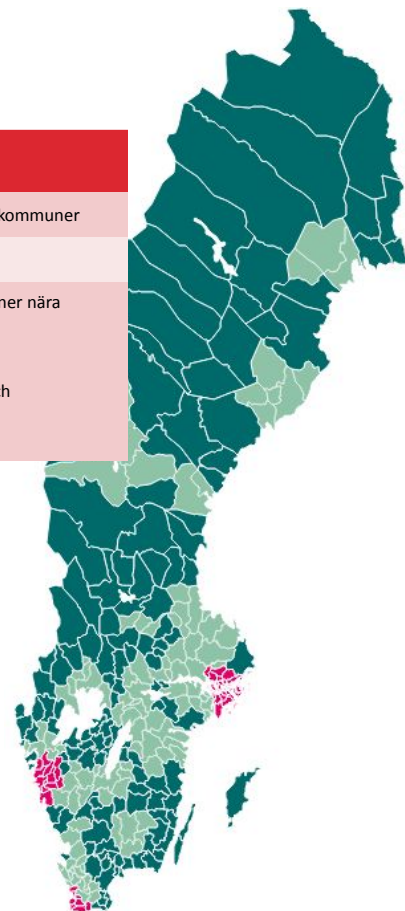
- B3. Större stad - kommuner med minst 50 000 invånare varav minst 40 000 invånare i den största tätorten.
- B4. Pendlingskommun nära större stad - kommuner med minst 40% utpendling till arbete i en större stad.
- B5. Lågpendlingskommun nära större stad – kommuner med mindre än 40% utpendling till arbete i en större stad.

C. MINDRE STÄDER/TÄTORTER OCH LANDSBYGDSKOMMUNER

- C6. Mindre stad/tätort - kommuner med minst 15 000 men mindre än 40 000 invånare i den största tätorten.
- C7. Pendlingskommun nära mindre stad/tätort - kommuner med minst 30% ut- eller inpendling till mindre ort.
- C8. Landsbygdskommun - kommuner med mindre än 15 000 invånare i den största tätorten, lågt pendlingsmönster (mindre än 30%).
- C9. Landsbygdskommun med besöksnäring - landsbygdskommun med minst två kriterier för besöksnäring, d v s antal gästnätter, omsättning inom detaljhandel/ hotell/ restaurang i förhållande till invånarantalet.

Kommungruppsindelning, huvudgrupper

-  Storstäder och stadsnära kommuner
-  Större städer och kommuner nära större stad
-  Mindre städer/tätorter och landsbygdskommuner





Kvalitet i webbpaneler

Novus Sverigepanel håller hög kvalitet. Vi genomför kontinuerligt kvalitetskontroller och valideringar av både panelen och de svar som paneldeltagarna ger.

I jämförande studier (andra webbpaneler) har vi konstaterat att panelisterna i Novus panel tar längre tid på sig för att svara på frågor och att det finns en logik i svaren (exempel: om man tycker om glass och choklad, då tycker man också om chokladglass). I de självrekryterade panelerna ser vi inte denna logik i samma utsträckning.

Vi ser också att våra panelister har ett mer "svensson-beteende" än självrekryterade paneler, där man i är bl.a. väldigt internetaktiv.

Novus panelister får i snitt 12 undersökningar per år, vilket är betydligt färre undersökningar än i många andra paneler, och ger en högre kvalitet i genomförandet. En annan mycket viktig kvalitetsaspekt är att ange deltagarfrekvens (svarsfrekvens) vilket är ett krav enligt samtliga branschorganisationer.

Några viktiga checkpoints när man genomför webbundersökningar i paneler:

- Panelen ska vara slumpmässigt rekryterad för att kunna spegla verkligheten.
- Undersökningsföretaget ska alltid kunna redovisa deltagarfrekvens för varje enskild undersökning.
- Panelisterna ska inte vara proffstyckare, dvs. få för många undersökningar. För man fler än två per månad finns risken att man blir proffstyckare och svarar på undersökningen av fel skäl.
- Panelen ska skötas med ett bra panelmanagement avseende belöningar, validering av svar osv.
- Tid för fältarbetet (genomförandet av intervjuer) ska alltid redovisas och helst innehålla både vardagar och helgdagar.

Begreppsförklaring – Signifikanser

I Novus rapporter redovisar vi signifikanta skillnader mellan olika undergrupper och totalen. Vid upprepade undersökningar redovisar vi signifikanta skillnader mellan undersökningarna.

VAD ÄR EN SIGNIFIKANS?

Vi vill ofta veta om det finns en signifikant skillnad mellan hur två grupper har besvarat en fråga. En skillnad mellan två värden är statistiskt signifikant om skillnaden mellan dem är större än vad vi tror kan bero på slumpen. Vanligtvis vill vi undersöka om en undergrupp baserad på kön, ålder, utbildning eller region, har svarat annorlunda än totalen. Vid upprepade undersökningar vill vi veta om det finns en signifikant skillnad mellan undersökningarna.

HUR SÄKER ÄR EN SIGNIFIKANS?

Total säkerhet finns inte utan den är beroende av den signifikansnivå som används. På Novus använder vi en signifikans-nivå på 95% i våra undersökningar. En signifikant skillnad betyder då att sannolikheten är 95% att det finns en faktisk skillnad mellan de två uppmätta värdena och att den skillnaden inte beror på slumpen.





Publiceringsregler

Novus varumärke är en garant för att en undersökning har gått rätt till och att slutsatserna kring densamma är korrekta utifrån målet med undersökningen.



Enligt internationella branschregler (ESOMAR) är Novus som undersökningsföretag ansvariga för att våra undersökningar tolkas rätt vid första publicering.

ESOMAR^{'20}
| corporate

För att säkerställa att våra undersökningar presenteras på ett korrekt sätt ber vi alltid att få se den text som skrivs med syfte att publiceras där Novus undersökningar omnämns.

Novus förbehåller sig rätten att korrigerera felaktiga siffror och tolkningar som har publicerats.



Vi på Novus älskar frågor

Kontakter på Novus

Konsult

Cecilia Dahlheim

Mobil: 070-995 70 13

E-post: cecilia.dahlheim@novus.se

Projektledare

Sanna Dahlberg

Mobil: 0707-687 16 74

E-post: sanna.dahlberg@novus.se