



NATURVÅRDSVERKET

Allmänhetens attityder och konsumtionsbeteenden kopplat till klimatförändringen

Omnibusundersökning

Rapport 2

Hösten 2008

ARS P0986:II

1. INLEDNING

1.1 Bakgrund

Naturvårdsverket har givit ARS Research AB i uppdrag att fråga den svenska allmänheten hur man ser på olika miljö- och klimatfrågor. Frågorna ställs i två omgångar och rapporteras i två separata rapporter.

Frågorna ställs parallellt med, den sedan 2002 genomförda, undersökningen om svenska folkets kunskaper och attityder I klimatfrågan.

Detta är den andra av de två rapporterna och behandlar attityder och konsumtionsbeteenden kopplat till klimatförändringen.

1.2 Syfte

Undersökningen syftar till att mäta allmänhetens attityder till klimatförändringen och konsumtionsbeteenden.

1.3 Målgrupp

Målgrupp för undersökningen är den svenska allmänheten 15 – 75 år.

1.4 Metod och omfattning

Undersökningen är genomförd som en kvantitativ urvalsundersökning.

Frågorna är ställda inom en omnibus. Datasamlingen har skett med hjälp av telefonintervjuer.

Sammanlagt har 1 000 intervjuer genomförts.

1.5 Tidsperiod

Telefonintervjuerna genomfördes under tiden 22 till 26 september 2008.

1.6 Rapport

Rapporten utgörs av en presentation av resultaten fråga för fråga. Resultatet redovisas grafiskt och intressanta resultat och skillnader mellan undergrupper kommenteras i texten. Därefter följer en tabellbilaga med detaljresultatet nedbrutet efter bland annat kön, ålder, sysselsättning, region och utbildning. Statistiskt säkerställda skillnader mellan totalresultatet och undergruppens resultat är markerade med ett + eller – tecken.

Rapporten är skriven med frågebatteriet som disposition. Frågorna redovisas i den ordning som de har ställts i intervjun. Frågans formulering är skriven i kursiv indragen text. Resultaten redovisas i diagram separat och kommenteras också i text. De skillnader mellan delmålgrupper som vi kommenterar är skillnader som är statistiskt signifikanta.

2. RESULTATREDOVISNING

2.1 Resultat

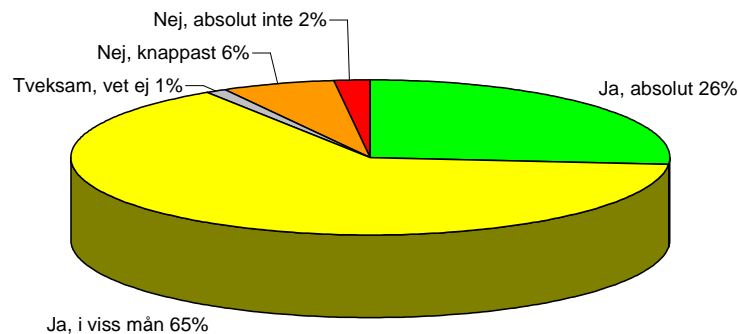
Nedan följer en genomgång av resultaten fråga för fråga. Först redovisas frågans formulering och resultaten i huvuddrag, därefter visas resultaten i grafisk form. Statistiskt signifikanta skillnader kommenteras i anslutning till diagrammen.

Den första frågan vi ställer, lyder:

1. *Ser Du Dig själv som en person som är klimatmedveten? LÄS UPP I TILL 4*

Nio av tio (91 procent) svenskar svarar att de ser sig som klimatmedvetna. En av fyra (26 procent) svarar Ja, absolut på frågan och två av tre (65 procent) svarar Ja, i viss mån

Ser Du Dig själv som en person som är klimatmedveten?
Bas: Samtliga



mån. 8 procent svarar Nej (6 procent Nej knappast, 2 procent Nej, absolut inte).

Det är fler män (29 procent) än kvinnor (23 procent), som absolut ser sig som klimatmedvetna. Det är också de äldre i samhället, de över 50 år, som betonar att de är klimatmedvetna. I åldersgruppen 15 – 29 år är det 11 procent som svarar Ja absolut.



I gruppen 30 – 49 år är det 25 procent, medan i grupperna 50 – 64 år och 64 år + är det 34 procent respektive 36 procent, som svarar Ja absolut på frågan. 30 procent av tjänstemännen svarar Ja, absolut och 32 procent av de med högskole- eller universitetsutbildning. De boende i Göteborgsregionen avviker också positivt genom att hela 38 procent av dem svarar Ja, absolut. Ser vi till den politiska hemvisten så framstår Kd-anhängare (54 procent Ja, absolut) och Centerpartister (42 procent Ja, absolut), som de starkast klimatmedvetna. Samtliga Miljöpartister svarar Ja på frågan, 36 procent Ja, absolut och 64 procent Ja, i viss mån. Miljöpartisternas svar är inte signifikant avvikande från samtliga svarande.

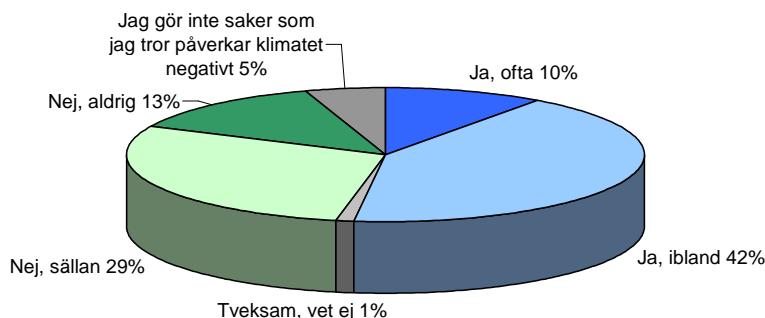
Vi frågar också om det händer att man får dåligt samvete, när man gör saker som man tror är negativt för klimatet. Frågan har följande formulering:

- 2. Händer det att Du får dåligt samvete när Du gör saker som Du tror påverkar klimatet negativt? LÄS UPP 1 TILL 4.*

Hälften (52 procent) av svenskarna svarar att det händer att de får dåligt samvete när det gör saker som de tror påverkar klimatet negativt. 10 procent svarar att de ofta får dåligt samvete på grund av detta och 42 procent svarar att de ibland får det. 5 procent svarar att de Inte gör saker som påverkar klimatet negativt. Fyra av tio (42 procent) svarar att de Sällan (29 procent) eller Aldrig (13 procent) får dåligt samvete på grund av detta.

Händer det att Du får dåligt samvete när Du gör saker som Du tror påverkar klimatet negativt?

Bas: Samtliga



Med tanke på att hela 29 procent av männen svarar att de Absolut ser sig som klimatmedvetna, är det intressant att se att de i signifikant lägre grad (8 procent Ja, ofta och 33 procent Ja, ibland) än kvinnorna (13 procent Ja, ofta och 50 procent, Ja, ibland) svarar att de får dåligt samvete om de gör saker som är negativa för klimatet. Det är 35 procent av männen som svarar Nej, sällan och 19 procent svarar Nej, aldrig. Bland kvinnorna är denna fördelning 22 procent Nej sällan och 8 procent Nej, aldrig. 17 procent av de som bor i storstäder (Stockholm, Göteborg, Malmö) svarar att de ofta får dåligt samvete för att de gör saker som är negativa för klimatet. Bland de boende i mindre tätorter och på landsbygden är den andelen 5 procent. 37 procent av de boende i mindre tätorter och på landsbygden, svarar Nej, sällan. Av de boende i storstäder är den andelen 22 procent. Högutbildade svarar också i högre grad än andra att de får dåligt samvete för vissa saker de gör, 15 procent svarar Ja, ofta och 48 procent svarar Ja, ibland. Politiskhemvist är inte särskiljande i denna fråga.

Den tredje frågan behandlar det umgänge man har, om det är viktigt eller oviktigt i de kretsar man umgås att man tänker på sin påverkan på klimatet. Vi ställde följande fråga:

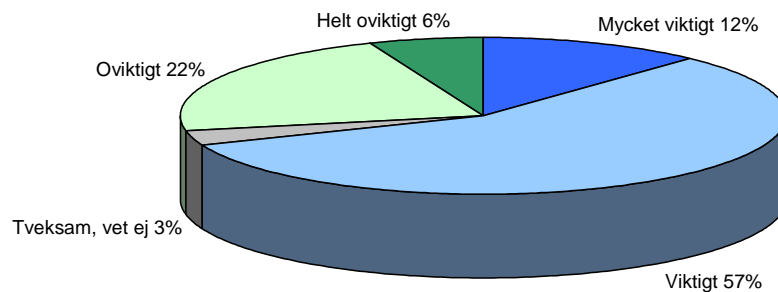
3. Är det viktigt eller oviktigt bland personer Du umgås med, att man är medveten om och tänker på sin påverkan på klimatet? LÄS UPP 1 TILL 4.

Sju av tio svarar att det är viktigt i deras umgängeskretsar att man tänker på sin klimatpåverkan. 12 procent svarar att det är Mycket viktigt och 57 procent svarar att

det är Viktigt. 22 procent svarar att det är Oviktigt och 6 procent att det är Helt oviktigt. 3 procent svarar att de inte vet.

**Är det viktigt eller oviktigt bland personer Du umgås med,
att man är medveten om och tänker på sin påverkan på klimatet?**

Bas: Samtliga



Det är inga signifikanta skillnader mellan män och kvinnor i detta avseende, däremot är det en fråga där svaren varierar med åldern. Bland de unga (- 49 år) är det avsevärt mindre viktigt i umgänget att man tänker på sin påverkan på klimatet. Av de yngsta (15 – 29 år) svarar 6 procent att det är Mycket viktigt och bland de något äldre (30 – 49 år) är andelen 9 procent. Ser vi till de i den övre medelåldern (50 – 64 år) är det 19 procent som svarar Mycket viktigt och bland de äldsta (64 år +) är andelen 16 procent. I samtliga åldersgrupper är det mellan 55 procent och 60 procent som svarar Viktigt. Frågan är viktigare bland tjänstemän (15 procent Mycket viktigt), än bland andra grupper. 8 procent av de som ser sig som arbetare svarar Mycket viktigt på frågan. Det är också viktigare bland boende i storstäder (14 procent Mycket viktigt och 64 procent Viktigt) än bland boende i övriga delar av Sverige. Av de boende i Stockholmsområdet svarar 17 procent att denna fråga är Mycket viktig i umgänget. För högutbildade är frågan också viktig (63 procent Viktigt). Ser vi till de politiska sympatierna, kan vi konstatera att frågan är viktigast för Centerpartister (38 procent Mycket viktigt), medan 17 procent av Miljöpartisterna svarar att frågan är Helt oviktigt i deras umgänge.

Den följande frågan gäller om man själv har gjort något i sitt vardagsliv för att minska sin påverkan på klimatet. Frågan formulerades som en huvudfråga med fyra följande delfrågor. Huvudfrågan har följande formulering:

4. *Har Du gjort något i Ditt vardagsliv för att minska Din påverkan på klimatet under de senaste två åren, till exempel när det gäller.... LÄS UPP 1 TILL 6. ROTERA 1 till 6. Du kan välja mellan svaren Ja, absolut, Ja, i viss mån, Nej, knappast och Nej, inte alls.*

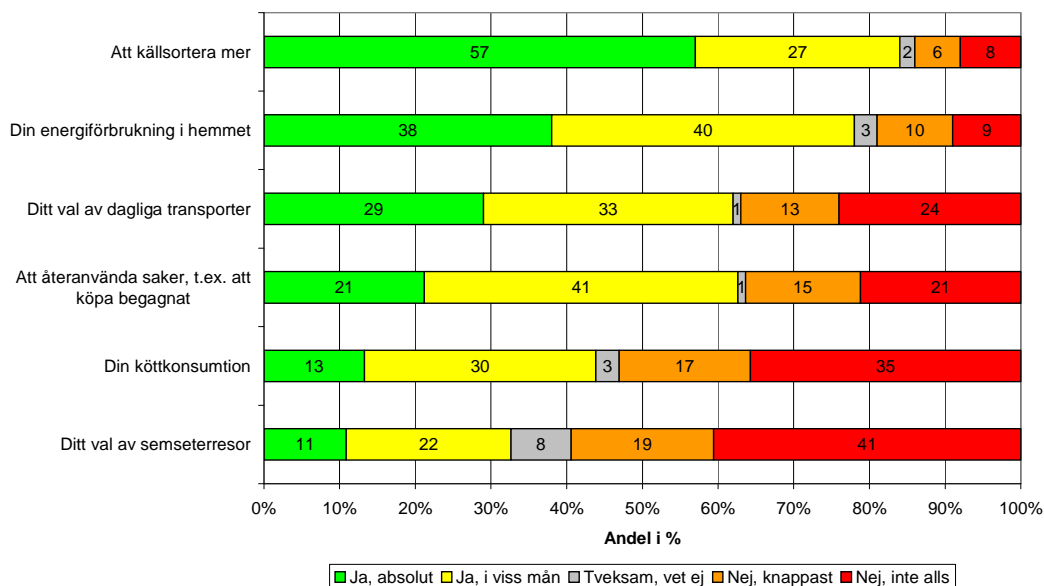
Delfrågorna gällde Köttkonsumtion, Val av dagliga transporter, Val av semesterresor, Energiförbrukning i hemmet, Källsortera mer och Återanvända saker.

Diagrammet nedan visar att åtminstone 8 av 10 (84 procent) av svenskarna har gjort minst en åtgärd för att minska sin påverkan på klimatet under de senaste två åren.

84 procent källsorterar mer. 78 procent svarar att de har gjort något åt sin energiförbrukning i hemmet. Två av tre (62 procent) har gjort något vad det gäller de dagliga transporterna. Lika många (62 procent) svarar att de återanvänder saker. Fyra av tio (43 procent) har förändrat sin köttkonsumtion och en tredjedel (33 procent) har förändrat sina semesterresor.

Har Du gjort något i Ditt vardagsliv för att minska Din påverkan på klimatet under de senaste två åren, till exempel när det gäller...

Bas: Samtliga



84 procent källsorterar mer idag, än vad de gjorde för två år sedan. Det är få delmålgrupper som signifikant avviker från det sammantagna svarsmonstret. De yngsta (15 – 29 år) svarar i lägre grad än alla att de källsorterar mer (44 procent). Detsamma gäller gruppen Egenföretagare (43 procent), men denna grupp är mycket liten (63 svarande). Av de boende i Stockholmsområdet svarar 48 procent att de Absolut källsorterar mer, vilket är signifikant lägre än för samtliga, men 36 procent av stockholmarna svarar Ja, i viss mån, vilket är signifikant högre än för samtliga. En avsevärt större andel av boende i Sydsverige (67 procent), svarar Ja, absolut. Partipolitiskt kan vi se att färre Moderater (51 procent) och fler Socialdemokrater (63 procent) svarar att de Absolut källsorterar mer.

Nära 8 av 10 (78 procent) har gjort något åt sin energiförbrukning i hemmet. 38 procent svarar Ja, absolut och 40 procent svarar Ja, i viss mån. Det är en signifikant lägre andel av kvinnorna (35 procent) som svarar Ja, absolut på frågan. Endast 22 procent av de yngsta (15 – 29 år) svarar Ja, absolut, medan det bland de i övre medelåldern (50 – 64 år) är 44 procent och bland de äldsta (65 år +) är hela 47 procent som svarar Ja, absolut. 45 procent av tjänstemännen svarar Ja, absolut på frågan. I övrigt ser vi inga grupper som signifikant avviker från samtliga svarande.

62 procent svarar att de har förändrat sitt val av dagliga transporter. 29 procent svarar Ja, absolut och 33 procent svarar Ja, i viss mån. Den grupp där störst andel svarar Ja, absolut är åldersgruppen 30 – 49 år (34 procent Ja, absolut) och hela 39 procent av männen i den åldersgruppen svarar Ja, absolut. 36 procent av tjänstemännen och 36 procent av de boende i storstäderna svarar Ja, absolut på frågan. Bland de boende i Stockholmsregionen är det hela 38 procent som svarar Ja, absolut. I norra Sverige är det relativt få som har förändrat sitt val av dagliga transporter. 37 procent svarar Nej, inte alls och 22 procent svarar Nej, knappast. 37 procent av de högutbildade svarar Ja, absolut på frågan.

62 procent svarar Ja på frågan om de återanvänder mer i dag, till exempel köper mer begagnat och second hand, 21 procent Ja, absolut och 41 procent Ja, i viss mån. Av de yngsta (15 – 29 år) svarar 14 procent Ja, absolut och 51 procent Ja, i viss mån. Av de i yngre medelåldern (30 – 49 år) svarar 26 procent Ja, absolut. Bland männen i den åldersgruppen är andelen 32 procent. Partipolitiskt avviker Kristdemokrater positivt, genom att hela 60 procent av dem svarar Ja, absolut.

Drygt fyra av tio (43 procent), svarar att de har förändrat sin köttkonsumtion, 13 procent svarar Ja, absolut och 30 procent svarar Ja, i viss mån. Vi ser få skillnader i mellan olika delmålgrupper. Fler kvinnor (33 procent) än män (27 procent) svarar Ja, i viss mån och 17 procent av de högutbildade svarar Ja, absolut. Bland dem som sympatiserar med Miljöpartiet är det 24 procent, som svarar Ja, absolut.

Semesterresor är det som lägst andel har förändrat under de senaste två åren. En tredjedel svarar att de har förändrat sina val, 11 procent svarar Ja, absolut och 22 procent svarar Ja, i viss mån. 16 procent av de i åldern 50 – 64 år svarar Ja absolut och 30 procent av de högutbildade svarar Ja, i viss mån. Sett till politiska sympatier avviker socialistiska sympatisörer något genom att 14 procent svarar Ja, absolut mot

10 procent av de borgerliga sympatisörerna. I övrigt ser vi inga markanta eller anmärkningsvärda skillnader i materialet på denna fråga.

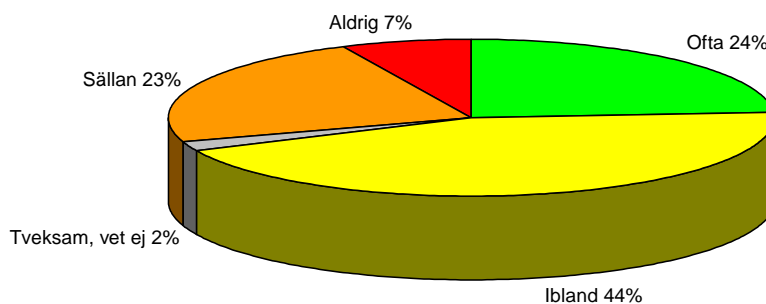
Den följande frågan gäller också hur aktiva vi är i våra val och vår konsumtion för att minska vår negativa påverkan på klimatet. Frågan har följande formulering:

5. *Hur ofta gör Du det faktiska valet att välja en produkt eller tjänst som Du tror har en mindre negativ påverkan på klimatet? Du kan välja mellan svaren LÄS UPP 1 TILL 4.*

68 procent svarar att Ofta (24 procent) eller Ibland (44 procent) gör det faktiska valet att välja en produkt eller tjänst som de tror har en mindre negativ påverkan på klimatet. Till dessa kommer 23 procent, som svarar att de Sällan gör det. Det är 7 procent som svarar att de Aldrig gör det och 2 procent svarar Vet ej.

Hur ofta gör Du det faktiska valet att välja en produkt eller tjänst som Du tror har en mindre negativ påverkan på klimatet?

Bas: Samtliga



Vi ser inga större skillnader mellan olika grupper i materialet. Det är en större andel kvinnor (46 procent) som svarar Ibland, jämfört med männen (41 procent). Både bland män och kvinnor är det 24 procent som svarar Ofta. Bland de yngsta (15 – 29 år) svarar 16 procent Ofta. I åldersgruppen 50 – 64 år är den andelen 29 procent. Det är också 29 procent av tjänstemännen som svarar Ofta, på frågan. En av tre högutbildade (32 procent) svarar Ofta och 47 procent av dem svarar Ibland. Vi ser inga skillnader vad gäller politisk sympati.

När vi frågar om vad som hindrar oss (den intervjuade) från att leva på ett sätt som minskar klimatpåverkan får vi följande rangordning av de fyra hinder vi exemplifierar. Frågan har följande formulering:

6. *Du får nu några frågor om vad som kan hindra Dig från att leva på ett sätt som minskar Din klimatpåverkan? Du kan välja mellan svaren Ja, ett stort hinder, Ja, ett litet hinder eller Nej, Inget hinder alls. ROTERA I TILL 4.*

Det största hindret tycks vara att svenska folket anser att miljö- och klimatvänliga alternativ är oftast dyrare. 74 procent anger det som ett hinder.

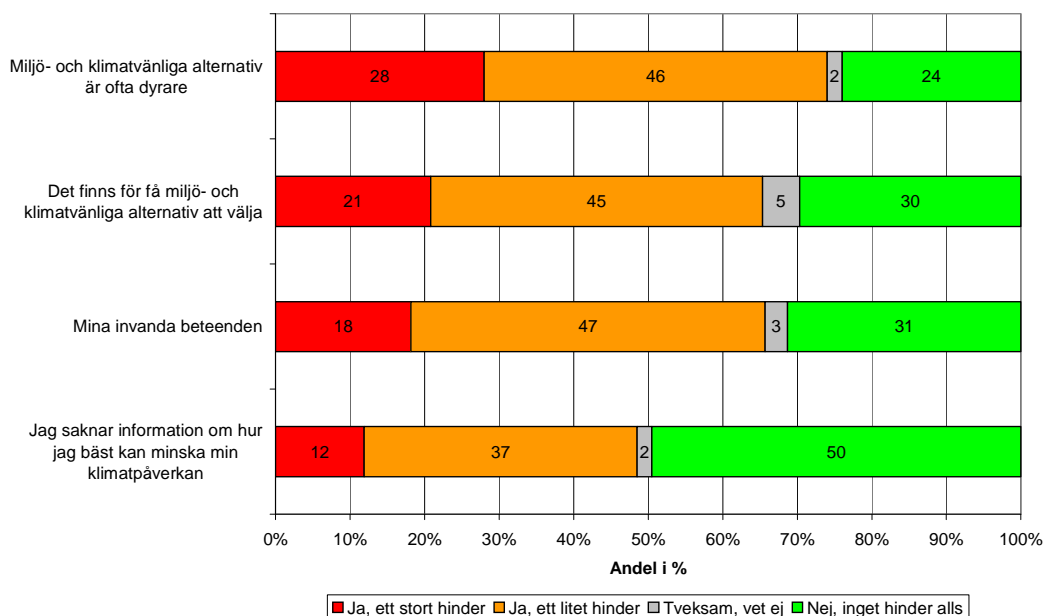
På en andra plats och kanske delvis kopplat till det första är att man tycker att det finns för få miljö- och klimatvänliga alternativ att välja. 66 procent anger det svaret.

65 procent svarar att det är egna invanda beteenden, som hindrar dem från att leva på ett sätt som i mindre grad påverkar klimatet negativt.

Hälften (49 procent) svarar att de saknar information om hur de bäst kan minska sin klimatpåverkan.

Vad hindrar Dig från att leva på ett sätt som minskar Din klimatpåverkan?

Bas: Samtliga



Tre av fyra (74 procent), svarar att de anser att klimatvänliga alternativ oftast är dyrare än andra produkter. 28 procent svarar att det är ett Stort hinder och 46 procent svarar att det är ett Litet hinder. Koncentrerar vi oss till dem som svarar ett Stort hinder, finner vi att i åldersgruppen 30 – 49 år är det hela 33 procent som anser det. Vi ser inga skillnader mellan män och kvinnor i detta avseende. Personer boende i mindre tätorter och på landsbygden ger också detta svar i högre grad än andra grupper. 36 procent av dem svarar att det är ett stort hinder. Detta gäller också för Socialdemokratiska sympatisörer (36 procent, ett stort hinder).

En av fem (21 procent) svarar att det är ett Stort hinder att det finns för få miljö- och klimatvänliga alternativ att välja. Till dem kommer 45 procent, som svarar att det är ett Litet hinder. Vi ser egentligen inga signifikanta skillnader i materialet gällande denna fråga.

Invanda beteenden är ett stort hinder för 18 procent av befolkningen och ett litet för 47 procent. Det är två grupper som avviker på ett intressant sätt. Först kan vi konstatera att i den äldsta gruppen (65 år +) är andelen som anger detta som ett Stort hinder endast 10 procent, vilket är signifikant lägre än för andra grupper. I gruppen

högutbildade är det 22 procent som anger att det är ett Stort hinder och 53 procent som anger att det är ett Litet hinder, båda dessa avvikelser är signifikanta.

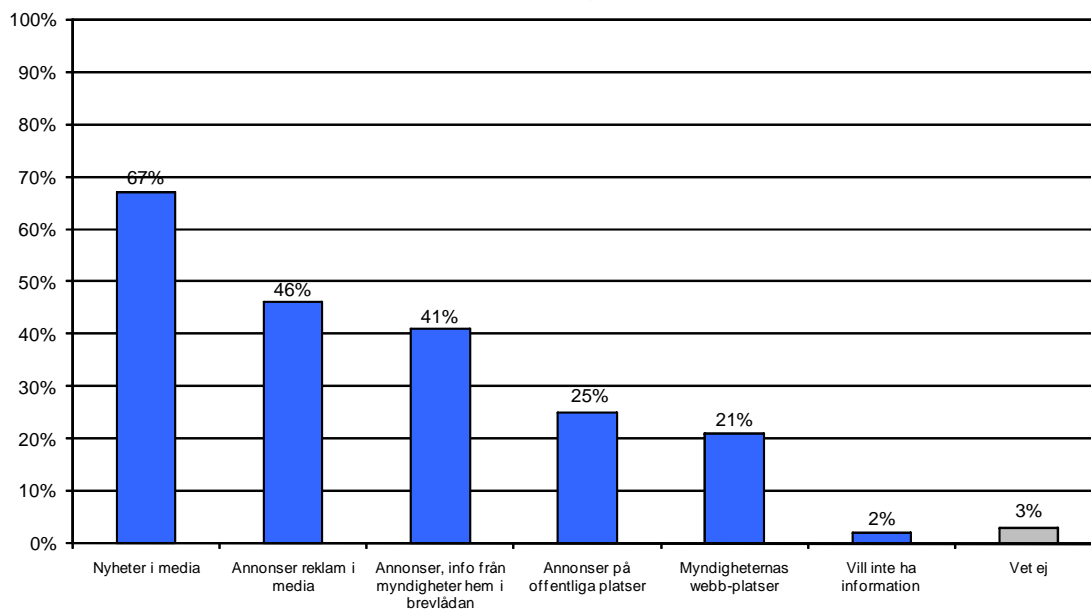
Hälften (49 procent) svarar att de saknar information. 12 procent svarar att informationsbrist är ett Stort hinder och 37 procent anser att det är ett Litet hinder. Hälften (50 procent) svarar att det inte är något hinder alls. De största avvikelserna mellan delmålgrupper finner vi när det gäller dem som svarar att det Inte är något hinder alls. 54 procent av männen svarar det och 46 procent av kvinnorna. Avvikelseerna är statistiskt signifikanta för båda grupperna. Bland de äldre (50 år +) anser majoriteten att informationsbrist inte är något hinder alls. I gruppen 50 – 64 år är det 57 procent som svarar Inget hinder alls och i gruppen 65 år + är andelen 55 procent. Bland de yngsta (15 – 29 år) är andelen som svarar Inget hinder alls 39 procent. Det kan också lyftas fram att, av de boende i mindre tätorter och på landsbygden, endast är 8 procent som svarar att saknad av information är ett stort hinder. Av de högutbildade är det 56 procent som svarar Inget hinder alls och 9 procent som svarar att detta är ett stort hinder. Endast 7 procent av de moderata sympatisörerna och hela 20 procent av de Socialdemokratiska svarar att informationsbrist är ett stort hinder för dem för att minska deras klimatpåverkan.

Den avslutande frågan gäller hur man vill få information från myndigheter om hur man själv kan minska sin påverkan på klimatet. Frågan ställdes separat under tidsperioden 15 till 21 oktober 2008.

Ökad kunskap kan bidra till att allmänheten minskar sin klimatpåverkan, exempelvis genom att minska sin energianvändning. Hur vill Du få information från myndigheter om hur Du kan minska Din påverkan på klimatet? Vill Du få informationenLÄS UPP 1 TILL 5, ROTERA 1 TILL 5.

Nyhetsinslag i TV, radio och tidningar är det sätt på vilket svenska folket helst vill få information om hur man kan minska sin påverkan på klimatet (67 procent), därefter följer Annonser och reklam via media med 46 procent. Det tredje populäraste sättet för hur allmänheten vill bli informerad i den aktuella frågan är genom Annonser, information och brev från myndigheter som sänds till hemmet (41 procent).

Hur vill Du få information om hur Du kan minska Din påverkan på klimatet?
Bas: Samtliga



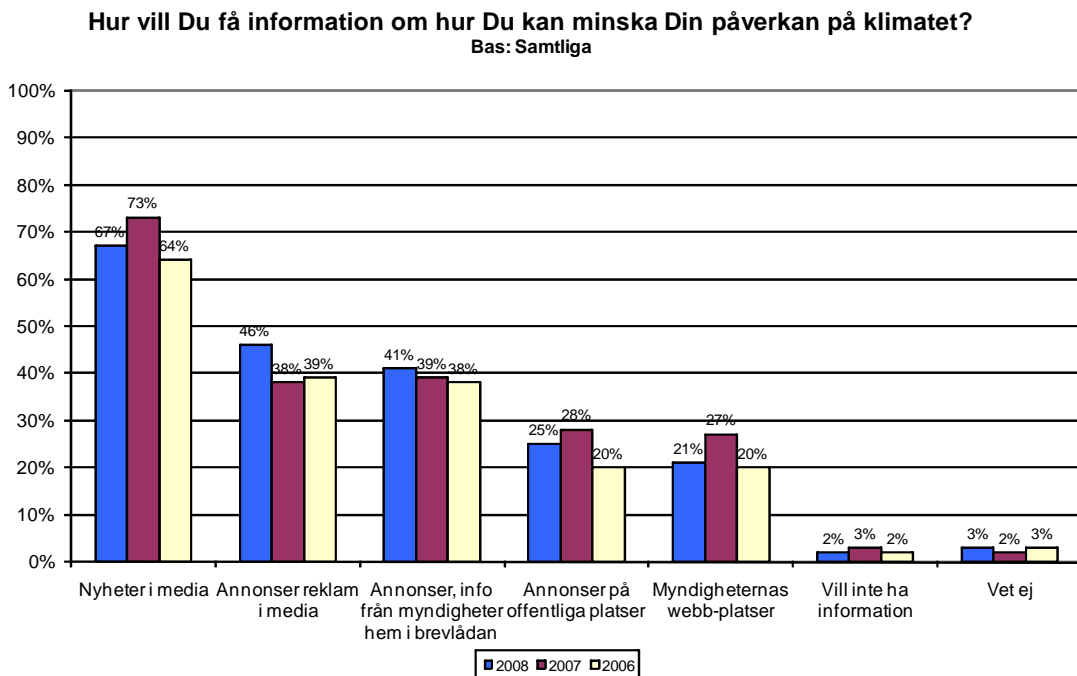
Den yngsta åldersgruppen (15-29 år) är generellt mer positiv till information om hur de kan minska sin klimatpåverkan jämfört med andra åldersgrupper.

Tillfrågade personer mellan 30-49 år är den grupp som är mest positiv (73 procent) till informationskanalen som är mest omtyckt bland hela svenska folket – Nyhetsinslag i TV, radio och tidningar. Gruppen med de äldsta personerna (65 + år) är minst positivt inställd till information i det aktuella sammanhanget, sett till åldersgrupperna.

Norra Sverige (74 procent) och Stockholmsområdet (71 procent) är regioner där allmänheten är mer positiv till generell information om vad man kan göra för att minska klimatpåverkan. Minst positiv till information är man i Sydsverige. Det finns vidare inga signifikanta skillnader mellan män och kvinnor i frågan. Kvinnor tenderar

dock att vara marginellt mer intresserade av att få ta del av information angående hur de kan minska sin klimatpåverkan.

I jämförelse med föregående år (2006-2007) är intresset för de olika informationskanalerna i stort sett detsamma. Skillnader som bör uppmärksammas är att Nyhetsinslag i TV, radio och tidningar har sjunkit från 73 procent 2007 till 67 procent 2008. Allmänheten är även mindre intresserad av klimatfokuserad information som förmedlas genom Myndigheternas webbplatser. Intresset för ämnesrelevant information genom Annonser, reklam och media har dock ökat i jämförelse med tidigare mätningar.



3. ANALYS OCH KOMMENTARER

På uppdrag av Naturvårdsverket har ARS Research AB genomfört denna studie av allmänhetens attityder och konsumtionsbeteenden kopplat till klimatförändringen. Vi kan konstatera att vi kan betrakta det svenska folket som klimatmedvetet. För ARS är det lite förvånande att det är en större andel av männen än av kvinnorna som ser sig som starkt klimatmedvetna. Lite förvånande är kanske också att klimatmedvetenheten är större bland de äldre i samhället än bland de yngre. Att personer med hög utbildning är mer klimatmedvetna än svensken generellt har vi sett även i andra studier.

Skillnaden mellan männens och kvinnornas egen uppfattning om sin klimatmedvetenhet, kommer i en delvis annan dager då vi ser till det egna klimatsamvetet. Kvinnorna tycks oftare ha dåligt samvete när de gör något som är negativt för klimatet, än vad männen har.

Klimatfrågan tycks genomgående vara viktigare för de äldre än för de yngre i samhället. Spontant känns det lite anmärkningsvärt för ARS, men efter en viss eftertanke är det kanske inte så märkligt. De lite äldre har sett klimatets och naturens förändringar. De har troligen större möjligheter att göra klimatmässiga val vid inköp av till exempel bil, hushållsutrustning, resor och annat. När man är i 15 – 29-årsåldern är det säkert mycket annat, utöver klimatfrågan, som upptar ens intresse.

För ARS är det glädjande att en så stor andel av det svenska folket aktivt har förändrat sina beteenden, för att minska sin påverkan på klimatet. 8 av 10 säger sig ha gjort i alla fall något i sitt vardagsliv för att minska sin påverkan på klimatet. När vi studerar dessa resultat ser vi att ett förändrat vardagsbeteende mycket är de många och små stegens verk. Det är vanligare att vi källsorterar mer och minskar vår energiförbrukning, än att vi väljer andra semester mål. Vissa områden kan också vara direkt styrda och beroende av extern påverkan. Ett exempel på detta kan vara källsortering, som till stor del styrs och regleras av andra än individen. Stänger man sopnedkast, bygger ut soprum etc. blir det naturligt att man källsorterar. Köttkonsumtionen har relativt få förändrat, som en del i sin klimatpåverkan, men detta område är också relativt nytt i jämförelse med de andra områden vi frågar om.

Vi kan också se att klimatbeteendet är en kostnadsfråga. Det största hindret för att inte leva på ett sätt som minskar den egna klimatpåverkan är främst att miljö- och klimatvänliga produkter oftast är dyrare. Informationen och kunskapen har man när den ena produkten är dyrare än den andra blir det plånboken som styr. Ett dåligt samvete kostar inte så mycket, i alla fall inte i det korta perspektivet.

Nyhetsinslag i TV, radio och tidningar är det sätt på vilket svenska folket helst vill få information om hur man kan minska sin påverkan på klimatet (67 procent). I jämförelse med föregående år (2006 - 2007) är intresset för de olika informationskanalerna i stort sett detsamma. Skillnader som bör uppmärksammas är



att Nyhetsinslag i TV, radio och tidningar har sjunkit från 73 procent 2007 till 67 procent 2008, men ligger ändå över 2006 års nivå (64 procent).

ARS Research AB
Stockholm 2008-10-24

Michael Söderström

Bilagor

- | | |
|-----------|----------------------------------|
| Bilaga 1. | Tabeller |
| Bilaga 2. | Frågeformulär |
| Bilaga 3. | ARS Research AB företagsbroschyr |