

Mot hög och långsiktig effekt

Kali Andersson, Frida Hylander, Kata Nylén och Paula Richter utgör nätverket Klimatpsykologerna.

För att få effekt i klimatarbetet krävs mer än goda intentioner och fina ord. Under många år har såväl företag som miljöorganisationer och politiker uppmuntrat befolkningen till att bidra genom enskilda beteendeförändringar. Många kampanjer har uppmuntrat oss att släcka lampor, stänga av vattnet när vi duschar, köpa veg istället för kött. Men detta stora fokus på enskilda förändringar vittnar om okunskap: både om psykologiska barriärer och om klimatkrisens magnitud och pressande tidsperspektiv. Att lösa stora, komplexa problem i våra enskilda hushåll är inte möjligt. Istället behöver fokus ligga på system- och organisationsnivå. Samtidigt är systemförändring inte heller möjlig utan individers kollektiva agerande.

Den psykologiska kompetensen har en viktig roll att spela för att hjälpa organisationer, grupper och ledare att hitta rätt i sin påverkanskraft för att få till hållbar förändring för en bättre värld. I boken Klimatpsykologi¹ har vi tagit fram en modell, beskriven nedan, som kan vara till stöd i analysen av hur stor påverkan en aktivitet har och i vilken mån effekten är långsiktig.

Klimatkrisens ofrånkomliga kontext

För att veta hur vi bäst agerar i en allvarlig situation behöver vi först ta in den kontext i vilken vi befinner oss. När det kommer till klimatkrisen är kontexten komplex, men samtidigt tydlig: vi har oerhört bråttom att göra enorma förändringar. Alla i den rikare delen av världen har inte bara skyldigheten, utan också möjligheten till radikal minskning av utsläpp och annan miljöförstöring. Allt vi gör i klimat- och hållbarhetsarbetet behöver vägas emot den här kontexten. Det innebär att fundera kring var och hur vi använder de resurser vi har tillgängliga på smartast möjliga sätt. Resurser i form av kompetens, tid, ork, pengar och engagemang.

Med hjälp av psykologin kan vi förstå att vi människor har enorma resurser tillgängliga och att det är hög tid att börja använda dem. Men vi har några hinder att ta oss igenom på vägen.

Vem bär ansvaret?

Det har funnits gott om krafter som har varit intresserade av att klimatansvaret ska hamna på den enskilda individen. Ett exempel på detta är hur klimatkalkylatorer har saluförts från en rad håll. Klimatkalkylatorer är små verktyg som hjälper oss att räkna ut hur stora våra egna, individuella koldioxidutsläpp är. Snyggt och prydligt, för att lära oss vad vi behöver minska på för att ta vårt klimatansvar. När kalkylatorerna kom var miljörörelsen inte sen att anamma uttrycket "ekologiskt fotavtryck" och uppmana alla att räkna ut sina utsläpp för att sen kunna minska sin individuella skuld.

Men det finns en hållhake: klimatkalkylatorn marknadsfördes från början av ett av världens största oljebolag, British Petroleum (BP), som ett led i en lyckad marknadsföringskampanj². Det

¹ Andersson, K., Hylander, F. och Nylén, K (2019). *Klimatpsykologi - hur vi skapar hållbar förändring*. Natur & Kultur

² Yoder, K. (2020, August 26). Footprint Fantasy. *Grist*. <https://grist.org/energy/footprint-fantasy/>

kan låta märkligt att ett oljebolag vill att människor ska minska sina utsläpp av fossila bränslen, men BP var smarta i sin marknadsföring. Genom att lägga över ansvaret på individens konsumtionsmönster kunde de undvika ifrågasättandet av oljeindustrins skövling av både naturresurser och människors livsvillkor. På samma sätt har stora, kapitalstarka oljebolag, klädkedjor, matvaruleverantörer osv. kunnat frånsäga sig sitt ansvar och fortsätta med fossilberoende affärer och greenwashing. Med stöd av miljömärkning av en del av sitt utbud och miljörelsens guider för hållbar konsumtion har de kunnat leva vidare under devisen "Vi får producera detta så länge konsumenterna vill ha det. Det är upp till dem att ta sitt ansvar, vi gör bara vårt jobb." Och visst stämmer det att personer med höga, individuella utsläpp behöver ändra sitt leverne. Särskilt sett till att klimatkrisen är en oerhört ojämlik kris, där världens 10% procent rikaste släpper ut lika mycket som den fattigaste halvan av världens befolkning, samtidigt som det är de fattigaste som lider mest av klimatkrisen. Majoriteten av oss svenskar tillhör dessa 10%^{3,4} rikaste. Utsläppen behöver gå ner, och det snabbt. Men frågan är om den snabbaste vägen dit är genom individuell konsumtion?

Människan har begränsad förmåga till uppmärksamhet. Zoomar vi in på våra egna utsläpp, som BP uppmuntrat oss att göra, kommer vi obönhörligen att tappa siktet på annat, som är mer långsiktigt och effektivt. Till exempel hade ett effektivare sätt att snabbt minska utsläppen varit något som inte finns med i klimatkalkylatorn, nämligen att gemensamt arbeta för att ändra det juridiska ramverk fossilindustrin verkar inom, för att kunna hindra bolag som just BP att fortsätta extrahera fossila bränslen från jordskorpan.

Varför händer inte mer?

En vanlig fråga som ställs till oss psykologer som jobbar med klimatfrågan är varför inte fler människor gör något när de vet hur akut läget är med klimatet. Det är en legitim fråga, för onekligen finns det fortfarande gott om personer som inte agerar med klimatet som högsta prioritet. Men, sett till alla klimatinitiativ och miljöåtgärder som pågår just nu så stämmer inte den bilden: Vi både oroar oss och gör saker för miljön och klimatet. Aldrig har vi köpt elbilar, handlat ekologiskt och sopsorterat som nu. Samtidigt ser vi att utsläppskurvorna går åt fel håll, globalt och i många länder⁵. Inte heller Sverige lever upp till de egna åtagandena i Parisavtalet⁶. Sett i det ljuset är en mer relevant fråga varför inte mer *händer* trots alla insatser som görs just med klimatet och miljön i åtanke. Kan det handla om att vi fokuserar på fel saker och missar de handlingar som faktiskt skulle kunna leda till större förändring?

Effektglappet

En psykologisk analys av varför den totala effekten uteblir, trots alla olika insatser som görs för miljön, visar att det finns ett glapp mellan människors handlingar och den effekt dessa handlingar har på klimatet. Ett glapp som kan observeras på såväl individ- som organisations-

³ Statistiska centralbyrån (2020). *Lönestrukturstatistik hela ekonomin*. Hämtad från <http://www.scb.se/am0110>

⁴ <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/median-income-by-country>

⁵ UN Environment Programme (2020). *Emissions Gap Report*. Hämtad från <https://www.unep.org/emissions-gap-report-2020>

⁶ Anderson, K., Broderick, J. F. & Stoddard, I. (2020) A factor of two: How the mitigation plans of climate 'progressive' nations fall far short of Paris-compliant pathways. *Climate Policy*, 20 (10). 1290-1304. <https://doi.org/10.1080/14693062.2020.1728209>

och politisk nivå. Det här är ett stort problem.

En som har observerat det här glappet är forskaren Maria Csutora. Hon kallar glappet för the Behavior Impact Gap - the BIG problem. På svenska kallar vi det för Effektlappet. Csutora har undersökt detta på individnivå och sett att personer som gör många småsaker för miljön kan ha lika stort ekologiskt fotavtryck som de som struntar i klimatet⁷. Samma fenomen kan observeras hos organisationer som köper in elbilar, men fortsätter producera sina varor med hjälp av fossila bränslen. Eller hos politiker som förbjuder plasticsugrör, men fortsätter att subventionera fossilindustrin. Bra saker görs, men den totala effekten uteblir.

En faktor som förutser storleken på våra utsläpp är våra ekonomiska tillgångar, kort sagt att rika människor och länder släpper ut mer än fattiga.⁸ Denna klimatorättvisa indikeras även i Parisavtalet, som fastställer att rika länder har större möjligheter och därför måste minska sina utsläpp mer än fattiga. En annan förklaring är negativ spillover: vår tendens att göra ett omiljövänligt beteende när vi väl har gjort något miljövänligt. Ytterligare en förklaring till effektlappet tros vara att det är svårt att få en överblick över helheten. När det kommer till klimatomställningen är den totala minskningen av utsläpp viktig. Men hur ska individer och organisationer få den helhetssyn som krävs?

Beteenden är så mycket mer

Särskilt svårt blir det här sett till att vi individer under lång tid och från många olika håll blivit uppmuntrade att lösa miljöproblemen genom framförallt förändrade hushålls- och konsumtionsbeteenden. Släcka lamporna, återvinna, köpa vegetarisk mat och tågbiljetter istället för flygbiljetter. Beteenden som är viktiga, men som riskerar att exkludera andra, ännu viktigare beteenden. Den beteendeförändring som behövs från oss individer sträcker sig bortom privatlivet och konsumtionen. Politiker som fattar beslut utför också beteenden. Att skolstrejka, skriva debattartiklar, prata med varandra om klimatet, starta en lokal omställningsgrupp, gå på demonstrationer och klubba igenom en ny miljöpolicy - allt det är beteenden. Här har vi som psykologer en viktig roll, att hjälpa individer, grupper och organisationer att lyfta blicken för att inse sin potential. Och inte minst att börja göra saker tillsammans.

Börja omformulera lösningen genom att hitta individens verkliga roll i klimatarbetet

En sak är central: vår potential kan komma till nytta först när vi agerar tillsammans. Individer spelar en avgörande roll i klimatarbetet, för att kunna förändra de strukturer som vidmakthåller klimat- och miljöskadliga aktiviteter. Men det är inte främst som konsumenter vi kan och bör nyttja våra resurser.

⁷ Csutora, M. (2012). One more awareness gap? The Behavior - Impact Gap problem. *Journal of Consumer Policy*, 35 (1), 145-163.

⁸ Kartha S., Kemp - Benedict E., Ghosh E., Nazareth. A., Gore. T. (2020) *The Carbon inequality era. An assessment of the global distribution of consumption emissions among individuals from 1990 to 2015 and beyond*. Oxfam International and Stockholm Environmental Institute. DOI: 10.21201/2020.6492. Hämtad från <https://www.sei.org/wp-content/uploads/2020/09/research-report-carbon-inequality-era.pdf>

Vi människor är sociala djur och hanterar utmaningar och kriser bättre tillsammans. Det är tillsammans vi kan nå hög effekt, det är tillsammans vi kan påverka och det är tillsammans vi kan klara av kriser. Vi måste alltså skifta fokus från vår egen lilla utsläppsstapel till vår gemensamma, och lägga en majoritet av våra insatser på att förändra strukturerna och förutsättningarna för våra beteenden. Istället för att likt en klimatkalkylator fråga “vad gör DU för klimatet” bör vi börja fråga “vad gör VI tillsammans för klimatet”. Vi behöver skifta perspektiv, och istället för att se individer som främst konsumenter börja tala till människor som aktiva medborgare. Medborgare som tillsammans kan ha en stark påverkanskraft.

Påverkanspilen - ett verktyg för förändring

Eftersom vi har bråttom att göra stora förändringar, och eftersom inte alla kan göra allt, behöver vi bli smartare i var och hur vi använder vår tid, kraft, kompetens och pengar. Men i ett problem så superkomplext som klimatkrisen behöver vi ofta hjälp med att sortera upp vad de där smarta valen egentligen är. Hur tydliggör vi vilka av våra beteenden som kan bidra till en mer storskalig och långsiktig förändring? Hur kan vi på bästa sätt påverka sociala, ekonomiska och juridiska strukturer?

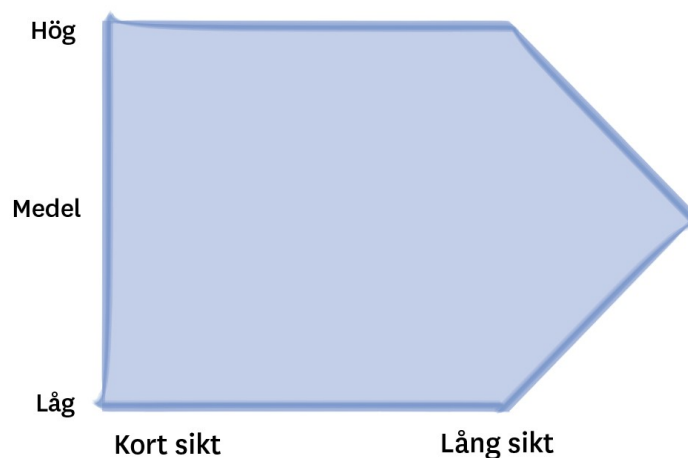
Till hjälp i det planeringsjobb som behöver föregå alla klimatinterventioner presenterar vi i boken Klimatpsykologi⁹ en pedagogisk modell: Påverkanspilen.

Påverkanspilen tar hänsyn till den samlade klimatforskning som tydliggör att vi, för att snabbt hejda den globala uppvärmningen och den sjätte massutrotningen, behöver göra genomgripande förändringar i hur vi framställer energi, bränslen, livsmedel och nyttjar råvaror. Och att dessa genomgripande förändringar behöver ske snabbt. Som vi har sett ovan finns alltid risken att vi, som vid allt mänskligt beteende, hamnar i effektglappet eller andra psykologiska barriärer, vilket saktar ner omställningsarbetet. Påverkanspilen hjälper oss till reflektion och ökad möjlighet att lägga våra resurser på det som ger störst möjlighet till omställning. Samtidigt minskar risken att vi trillar ner i effektglappet.

I Påverkanspilen utgår vi från att alla beteenden, aktiviteter och insatser som vi gör i klimatets och miljöns tjänst, hamnar någonstans inom dessa dimensioner:

1. Hur hög eller låg påverkan beteendet/insatserna har
2. Hur kort- eller långsiktig effekt beteendet/insatserna har

⁹ Andersson, K., Hylander, F. och Nylén, K (2019). *Klimatpsykologi - hur vi skapar hållbar förändring*. Natur & Kultur



Påverkanspilen hjälper oss att zooma ut, se till helheten, planera och tänka igenom så att vi tar till vara på våra resurser, planetens och våra egna, på bästa sätt. Den hjälper oss se om våra interventioner har potential att ändra själva förutsättningarna för att hållbara beteenden ska kunna uppstå och ohållbara beteenden ska vara omöjliga att utföra. Genom att försöka placera ut våra ansträngningar för miljön någonstans längs de två dimensionerna har vi en chans att tydliggöra vad vi behöver samla in mer information om, innan vi skrider till handling. Men även vilka åtgärder vi kanske gör klokt i att släppa taget om och vilka saker vi kan fortsätta att göra, men utan tron att just de kommer att leda till den stora förändringen.

Att använda Påverkanspilen

För att använda Påverkanspilen behöver vi först och främst ställa oss några frågor:

- Vilka sammanhang befinner jag mig i och i vilket sammanhang har jag störst möjlighet att skapa förändring?
- Vilka resurser har jag/vi i organisationen att tillgå i form av t.ex. tid, ekonomi, makt, mänskliga händer?
- Vad är målet med mina/våra insatser? Att minska utsläppen, att bygga upp strukturer som inte kräver fossila bränslen, att öka motståndskraften i gruppen/samhället, eller något annat?

Utifrån dessa frågor kan vi bättre rama in vilken typ av insatser som vi har möjlighet att ägna oss åt. Med andra ord är det varken rimligt eller eftersträfvansvärt att alla människor ägnar sig åt samma saker. Det är smartare om vi alla definierar var vi bäst agerar för att nå så hög och långsiktig påverkan som möjligt. Det betyder också att det inte finns ett rätt och ett fel, där kortsiktiga insatser alltid kan anses sämre än långsiktiga. De flesta aktörer kan behöva göra många olika förändringar som hamnar på olika platser på påverkanspilen. Det som kan bli fel är om vi *tror* att det vi gör har högre effekt på längre sikt än vad det faktiskt har. Eller om vi stannar långt nere, när vi egentligen har potential att röra oss uppåt. Med långsiktig menas här att konsekvenserna av våra insatser ger en bestående förändring över lång tid.

Låt oss titta på några exempel där Påverkanspilen hjälper till i klimatarbetet.

Exempel 1.

Ida är hållbarhetschef på ett stort klädföretag, som designar, producerar och säljer kläder. De har länge velat göra produktionen mer hållbar, men inte riktigt nått fram. Hittills har de framförallt fokuserat på att få personalen att sopsortera i lunchrummet, skriva ut dubbelsidigt och minska onödiga resor, men också att få in en ekologisk kollektion i sitt sortiment.

När vi i Klimatpsykologerna hjälper Ida och företagets ledningsgrupp med en introduktion till Påverkanspilen kommer de fram till att företaget, för att kunna veta vilka insatser de ska satsa på, behöver göra en mer övergripande kartläggning. De behöver veta hur utsläppen fördelar sig i hela produktionskedjan, samt hur utsläppen för personalens övriga aktiviteter, som t.ex. tjänsteresor, ser ut. När de gjort detta kan de sätta sig ner igen med Påverkanspilen. Då vet de att det främst är vid produktionen av kläderna som de största utsläppen uppstår.

Ida och hennes ledningsgrupp ser att de insatser som de hittills jobbat med hamnar långt ner till vänster på pilen, med låg och kortsiktig effekt, som t.ex. dubbelsidiga utskrifter. Genom sin kartläggning har de sett att den ekologiska kollektionen totalt har marginellt lägre utsläpp än de icke-ekologiska. När de försöker komma fram till lösningar som faktiskt har verklig och stor effekt på de utsläpp som produktionen bidrar med inser de att de kommer ha svårt att använda sig av de underleverantörer som de använder i dagsläget. Samtidigt blir det tydligt i deras diskussioner att det kommer vara svårt att behålla marknadsandelar och konkurrenskraft om de skulle söka sig till andra underleverantörer. Dessutom kommer företaget inte nå en tillräckligt långsiktig förändring så länge de bara vänder sig till nya kundgrupper. Det kommer bara komma någon annan aktör som tar deras plats. När de diskuterar produktionsledens förutsättningar och tillåter sig att lyfta blicken från sina egna utsläpp ser de att det krävs något mer än att de byter underleverantörer eller minskar utsläppen i sin egen produktionskedja. Ännu finns det knappt några krav eller regleringar som styr förutsättningarna för klädproduktion.

Kemikalieanvändning, arbetsvillkor och utsläppsnivåer skulle kunna kravspecificeras. Eftersom de är en viktig aktör i svenskt och europeiskt näringsliv tror de sig kunna påverka kraftigare genom att ställa krav på politiker såväl som leverantörer om vilka förutsättningar som klädindustrin ska verka inom.

Påverkanspilen hjälper dem att se sin makt och sin roll i ett större sammanhang än sina egna mer hållbara kollektioner och reseutsläpp. De inser att de måste vara modigare och bidra till att själva förutsättningarna för klädindustrin ändras. För att lyckas med detta behöver de ha med sig två aspekter initialt. För det första behöver de koppla sin nya roll i modevärlden till sitt resultatmål. Deras mod och hårda arbete ska visa sig i att de når önskade resultat gällande vinst, arbetstillfredsställelse eller marknadsvärde. Annars kommer de aldrig få med vare sig styrelsen eller medarbetarna. För det andra behöver de gå samman med andra företag inom branschen. Om de är själva kommer de inte vara tillräckligt starka för att ställa några regleringskrav. De bestämmer sig för att starta en koalition med andra företag i samma bransch och lägger upp en strategi för hur de kan använda sig av koalitionen för att bli mer resilienta som företag, öka sin påverkanskraft och öka sin popularitet bland kunder såväl som medarbetare. Även om de delvis

agerar inom befintliga strukturer så hjälper påverkanspilen dem att ta fram lösningar som kan ha långsiktig påverkan mot ekologiskt, ekonomiskt och socialt hållbara strukturer.



Exempel 2.

Energirådgivarna, en grupp tjänstepersoner som arbetar ute i landets alla kommuner är ofta frustrerade över att de inte kommer så långt de kan drömma om med sitt arbete. De har i uppdrag att ge privatpersoner, bostadsrättsföreningar och företag råd om hur man kan energieffektivisera. De lyfter ofta fram fördelar med att sätta upp solceller och att installera laddstolpar, men upplever ofta att det rådgivande arbetet går trögt och i värsta fall att de insatser de föreslår inte gör mer än marginell skillnad. Det finns också en viss risk att de familjer som sätter upp solcellerna efter att ha fått hjälp av energirådgivarna känner sig så duktiga att de unnar sig att ha två bilar eller göra flygresor på semestern, vilket bidrar mer till utsläppen än vad de tjänat in. Detta är en psykologisk barriär, en sorts negativ spillover, som är lätt att hamna i.

Tillsammans med Klimatpsykologerna får en grupp energirådgivare möjlighet att i en serie workshops arbeta med Påverkanspilen för att komma fram till hur de bäst fördelar sina resurser.

När de tillsammans tittar på pilen och funderar över de insatser de vanligen ägnar sig åt ser de att det för varje privatperson kan ge en medelstor till stor effekt att exempelvis byta till solceller, en effekt som dessutom är långsiktig för personen själv. Men de ser också att det inte leder till en långsiktig samhällsförändring tillräckligt snabbt. Sagt med andra ord: att försöka få varje enskild person att fatta beslutet att installera solceller i ett system som fortfarande är så krångligt att det ofta kräver just individuell rådgivning, är ett ineffektivt sätt att göra den stora förändringen till förnyelsebar energiförsörjning i samhället. Det finns andra sätt för energirådgivarna att jobba på som de ännu inte har utforskat.

De får fundera på vad de sitter på för typ av kunskap och erfarenhet. Alla på avdelningen kan berätta om hur invånarna som tar emot rådgivningen resonerar i sina beslut, vad som hindrar dem och vad som brukar hjälpa dem framåt. De som inte fattar beslut att leva mer energieffektivt har ofta ganska likartade argument. Snart blir det tydligt för dem att de behöver rikta om sitt fokus:

från slutkonsument till beslutsfattare. Ett av de bästa sätten de kan hjälpa privatpersoner och bostadsrättsföreningar att installera solceller är att jobba för att det ska bli enklare och billigare att göra det. Förändrade transporter och bättre kollektivtrafik är också något som många av invånarna efterfrågar. Energirådgivarna kan använda den kunskapen till att kontakta beslutsfattare för att ändra förutsättningarna för alla att leva hållbart. Men detta innebär också att energirådgivarna delvis behöver omformulera sitt eget uppdrag. Det är inte ett enkelt och snabbt projekt att kontakta sina uppdragsgivare och be om att få utvidga uppdraget. Så är det ofta när man arbetar med Påverkanspilen. Om en grupp vill röra sig mot det långsiktiga arbetet, väljer de samtidigt att sätta mer långsiktiga mål. Där kan vi som psykologer behöva hjälpa organisationer att hitta tydliga konkreta delmål och öka förutsättningarna för måluppfyllelse.



Tillsammans mot stor effekt

Tiden för att vara modig är här. Genom historien har vi sett att snabb, kraftfull och långsiktig förändring är möjlig. För att hinna motverka tröskeleffekter och oåterkalleliga naturhändelser behöver vi hjälpas åt att släppa taget om de små individuella detaljerna och lyfta blicken för att se helheten. Och om beslutsfattare på samhällets alla nivåer agerar planerat och proaktivt ökar vi sannolikheten att genomföra de stora förändringar som krävs för att ställa om till en hållbar värld. Det går om vi gör det tillsammans, och om våra insatser har en tillräckligt snabb, hög och långsiktig effekt.